



PROSIDING SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPERS

*Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024
Guna Mendukung SDG'S Indonesia 2045*

**Edisi 1
Desember 2019**

**Penerbit
STIE BANK BPD JATENG**

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPERS

STIE BPD ACCOUNTING FORUM (SAF)

2019

**“Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019 – 2024
Guna Mendukung SDG’s Indonesia 2045”**



Penerbit

STIE Bank BPD Jateng

Jalan Arteri Soekarno - Hatta No. 88, Tlogosari Kulon, Pedurungan,
Kota Semarang (50196)

stiebankbpdjateng.publisher@gmail.com

PROSIDING

SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPERS
STIE BPD ACCOUNTING FORUM (SAF)
2019

“Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019 – 2024 Guna Mendukung SDG’s Indonesia 2045”

ISBN

9786027436725

Editor

Fika Azmi, SE, M.Si

Tebal Buku

574 Halaman

Edisi

Satu, Desember 2019

Publikasi Online

stiebankbpdjateng.ac.id/saf

Penerbit

STIE Bank BPD Jateng
Jalan Arteri Soekarno - Hatta No. 88, Tlogosari Kulon, Pedurungan,
Kota Semarang (50196)
stiebankbpdjateng.publisher@gmail.com

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin tertulis dari penerbit

© HAK CIPTA DILINDUNGI OLEH UNDANG-UNDANG

PANITIA PELAKSANA

SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPERS
STIE BPD ACCOUNTING FORUM (SAF) 2019

“Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019 – 2024 Guna Mendukung SDG’s Indonesia 2045”

Penasehat	:	Dr. E. Siti Puryandani, SE, M.Si.
Steering Committee	:	1. Dr. Taofik Hidajat, SE, M.Si, CRBC. 2. Mekani Vestari, SE, M.Si, Ak.,CA. 3. Himawan Arif Sutanto, SE, M.Si.
Ketua	:	Nugroho Heri Pramono, SE, M.Si.
Sekretaris	:	Suci Atiningsih, S.Pd, M.Si.
Bendahara	:	Khairina Nur Izzaty, SE, M.Si, Ak.
Sie Acara & Protokoler	:	Taufik Andre Setiyono, SE, M.Ak.
Sie Artikel	:	Fika Azmi, SE, M.Si.
Sie Humas	:	Pratomo Cahyo Kurniawan, SE, M.Ak.

Reviewer

Dr. Taofik Hidajat, SE, M.Si, CRBC.
Dr. Grace Tianna Solovida, SE, M.Si, Ak, CA
Ali Mursid, P.hD

Editor

Fika Azmi, SE, M.Si

Penerbit

STIE Bank BPD Jateng
Jalan Arteri Soekarno Hatta No 88, Tlogosari Kulon, Pedurungan,
Kota Semarang (50196)
stiebankbpdjateng.publisher@gmail.com

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iii
PANITIA PELAKSANA	iv
DAFTAR ISI	v

A. SUB TEMA: AKUNTANSI KEUANGAN I

1. PENGARUH *CURRENT RATIO* (CR), *RETURN ON EQUITY* (ROE), *DEBT TO EQUITY* (DER), & *NET PROFIT MARGIN* (NRM) TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN
(Ika Agustina N. & Suyatmin Waskito A.) 1 - 25
2. KENAIKAN HARGA ROKOK TERHADAP KONSUMSI ROKOK DI KOTA SEMARANG
(Penta Widyartati, Ariyani Indriastuti, & Ira Setiawati) 26 - 35
3. ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, *FIRM SIZE*, *MEDIA EXPOSURE*, *LEVERAGE*, & UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP *CSR DISCLOSURE*
(Nursiam & Shinta Dwi Rahayu) 36 - 45
4. PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, & PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Alfiyatul Maziyah & lin Indarti)..... 46 - 59
5. PENGARUH *RETURN ON ASSET*, *DEBT TO EQUITY RATIO*, *CURRENT RATIO*, ARUS KAS OPERASI, & PERTUMBUHAN PENJULAN TERHADAP RETURN SAHAM
(Nursiam & Silmi Agustin) 60 - 70
6. PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, *AUDIT FEE* & KUALITAS AUDIT TERHADAP INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN BUMN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2014-2018)
(Titik Purwanti, Nawang Kalbuana, & Fiqi Rahmawati) 71 - 85
7. *FINANCIAL RISK DISCLOSURE* & TATA KELOLA PERUSAHAAN KEUANGAN PERIODE 2016-2018
(Shinta Permata Sari & Himmatus Sholikhah) 86 - 99

B. SUB TEMA: AKUNTANSI KEUANGAN II

1. PENGARUH DANA PIHAK KETIGA, MODAL BANK, JUMLAH KANTOR CABANG, TINGKAT SUKU BUNGA & JUMLAH UANG BEREDAR TERHADAP JUMLAH KREDIT UMKM BANK BUMN
(Ade Onny Siagian)..... 100 - 127
2. PENERIMAAN PAJAK YANG DIMODERASI KUALITAS PELAYANAN FISKUS (STUDI PADA WPOP YANG MEMPUNYAI USAHA & BADAN KPP PRATAMA CANDISARI KOTA SEMARANG
(Mohklas) 128 - 137
3. PENGARUH LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, & *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Athaya Salsabila & Rina Trisnawati)..... 138 - 158

4. PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, RASIO RETENSI SENDIRI, RASIO BEBAN IKLAN, & *RISK BASED CAPITAL* TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN ASURANSI
(Dwi Wahyu Pujiharjo)..... 159 - 176
5. FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENYALURAN KREDIT PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT DI KOTA SEMARANG TAHUN 2015-2017
(Wima Nurhidayanto) 177 - 189

C. SUB TEMA: AKUNTANSI & CORPORATE GOVERNANCE

1. *CORPORATE GOVERNANCE & CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*: TINJAUAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Shinta Permata Sari & Agustina Maya Sari) 190 - 202
2. PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, UMUR LISTING & *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP *INTELLECTUAL CAPITAL DISCLOSURE* (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR *FOOD & BEVERAGE* YANG TERDAFTAR PADA PERUSAHAAN DI BEI PERIODE 2014-2017)
(Mela Susmawati) 203 - 218
3. PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, & UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI LQ45 TAHUN 2014-2018)
(Benny Kurnianto, Nawang Kalbuana, & Umi Rianesa Rusiati) 219 - 232
4. PENGARUH RUANG FISKAL, PERSENTASE PENDUDUK MISKIN, PENDAPATAN ASLI DAERAH, DANA ALOKASI UMUM, & DANA ALOKASI KHUSUS TERHADAP BELANJA FUNGSI PERLINDUNGAN SOSIAL
(Putriana Indah Budi Astuti & Andi Dwi Bayu Bawono)..... 233 - 269
5. PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP PROFITABILITAS
(Nindya Ardita Nur Amni, Dwi Intan Susiloningrum, & Iin Indarti)..... 270 - 285
6. ANALISIS PENGARUH *FEE BASED INCOME*, PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA, UKURAN PERUSAHAAN, & KONDISI EKONOMI TERHADAP PROFITABILITAS BANK
(Jihan Okti Amaliah & Widhy Setyowati) 286 - 303
7. PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, & KONTROL PERILAKU TERHADAP KETIDAKPATUHAN WAJIB PAJAK (STUDI EMPIRIS WAJIB PAJAK HOTEL, RESTORAN, & HIBURAN DI KOTA TEGAL)
(Asrofi Langgeng N. & Ibnun Aslamadin) 304 - 318
8. ANALISIS KEUANGAN & NON KEUANGAN CALON DEBITUR TERHADAP EFEKTIFITAS PEMBERIAN KREDIT PADA PD BPR BKK PURBALINGGA
(Anggita Ratnaningtyas & Widhy Setyowati)..... 319 - 332
9. PENGARUH DESENTRALISASI FISKAL & PENDAPATAN ASLI DAERAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DENGAN INVESTASI SWASTA SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Febri Rachmawati & Rina Trisnawati)..... 333 - 349

10. PENGARUH *TAX AVOIDANCE*, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KEPEMILIKAN MANAJERIAL & TRANSPARANSI INFORMASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Fitria Ulfa & Suci Atiningsih) 350 - 358

D. SUB TEMA: AKUNTANSI SYARIAH

1. PENGARUH *SHARIA CONFORMITY & ISLAMIC CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP KESEHATAN FINANSIAL PERBANKAN SYARIAH (Rusmiyatun & Nur Edi Cahyono) 359 - 376
2. IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN MUDHARABAH PADA BANK BNI CABANG SYARIAH SEMARANG (Siti Hasanah, Suryani Sri Lestari, Siti Mutmainah, & Iwan Budiyo) 377 - 387
3. PERKEMBANGAN, TANTANGAN, & PERAN *SHARIA ONLINE TRADING SYSTEM (SOTS)* DI PASAR MODAL SYARIAH DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 4.0 (Muhammad Andryzal Fajar) 388 - 400
4. KINERJA KEUANGAN TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR PADA *JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII)* PERIODE TAHUN 2016-2018 (Suryakusuma Kholid H & Siti Puryandani) 401 - 409
5. MEKANISME PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA NASABAH DI BAITUL MAAL WA TAMWIL SEJAHTERA MANDIRI (Erika Zunita Cahyani & Fika Azmi) 410 - 421

E. SUB TEMA: AKUNTANSI SEKTOR PUBLIK

1. PENGARUH RUANG FISKAL, PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD), PERSENTASE KEMISKINAN, DANA ALOKASI UMUM (DAU), DAN DANA ALOKASI KHUSUS (DAK) TERHADAP BELANJA FUNGSI EKONOMI DI INDONESIA (STUDI EMPIRIS DI KABUPATEN/KOTA SE-INDONESIA TAHUN 2018) (Ayustika Isminanda & Andy Dwi Bayu Bawono) 422 - 443
2. PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, *FREE CASH FLOW*, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, & UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN (Fachriyatul Millah & Mekani Vestari) 444 - 459
3. PENGARUH RUANG FISKAL, PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD), DANA ALOKASI UMUM, DANA ALOKASI KHUSUS, DAN PERSENTASE KEMISKINAN TERHADAP BELANJA FUNGSI KESEHATAN DI INDONESIA (Ina Sari Darmastuti & Andy Dwi Bayu Bawono) 460 - 477
4. PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK & KUALITAS PELAYANAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (Wa Ode Aprisilia Zahratul Aziz & Muhammad Yusuf) 478 - 493
5. PENGARUH PARTISIPASI ANGGARAN, KEJELASAN SASARAN ANGGARAN, & *JOB RELEVANT INFORMATION* TERHADAP KINERJA MANAJERIAL PADA PEMERINTAH DAERAH KOTA PEKALONGAN (Yustinus Hutama Marianus & Suci Atiningsih) 494 - 506

F. SUB TEMA: TOPIK LAIN YANG RELEVAN

1. PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGALAMAN KEUANGAN, & SIKAP MONETER KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN KEPEMILIKAN ASURANSI JIWA PADA ASURANSI JIWA BERSAMA BUMIPUTERA 1912 CABANG PANCORAN MAS DEPOK
(Syahvira Septiarizk & Nurhidayati Dwiningsih) 507 - 522
2. ANALISIS PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMPETENSI PROFESIONAL TERHADAP KINERJA SDM (STUDI EMPIRIK PADA PT. ADJITAMA PERSADA JAKARTA)
(Biatmoko Agung Nugroho, Endah Winarti HS, & Harnoto) 523 - 536
3. APAKAH *CELEBRITY ENDORSEMENT* PRODUK HALAL DAN CITRA MEREK BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKIN CARE* SAFI?
(Desi Tya Astuti & Francy Iriani) 537 - 549
4. PENGARUH KUALITAS KEHIDUPAN KERJA, KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL & KETERLIBATAN KERJA TERHADAP KOMITMEN ORGANISASIONAL
(Kertati Sumekar, Sri Mulyani, & Zulfa Deviga Octaviana) 550 - 564
5. PRODUK HALAL DAN MINAT BELI KONSUMEN
(Budi Suryowati & Irpiani)..... 565 - 574

Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Athaya Salsabila¹, Rina Trisnawati²

¹Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
email: athayas69@gmail.com

²Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
email: rina.trisnawati@umsac.id

Abstract

The purpose of this research was to determine the effect liquidity, firm size, profitability, and leverage against firm value in Consumer Goods Industry Corporate registered in the Indonesia Stock Exchange period 2016-2018. The population used is 144 companies and the sample in this research was selected by using purposive sampling method so as many as 88 companies were obtained as samples. This research used secondary data obtained from the company's annual report. The analytical methods used are multiple linear regression analysis, t test, F test, and coefficient of determination analysis (R^2). Based on the result of the analysis that has been done this research shows that variable Liquidity has no effect on firm value of the Consumer Goods Industry company period 2016-2018. While the Company Size, Profitability, and Leverage variables have a positive effect and significant on firm value in the Consumer Goods Industry company period 2016-2018.

Keywords: Liquidity, Firm Size, Profitability, Leverage, and Firm Value

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Populasi yang digunakan adalah 144 perusahaan dan sampel pada penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling sehingga sebanyak 88 perusahaan diperoleh sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* 2016-2018. Sedangkan, variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci: Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Nilai Perusahaan

1. Pendahuluan

Pada masa perekonomian global saat ini secara tidak langsung sangat mempengaruhi keadaan ekonomi di Indonesia. Seiringnya dengan perkembangan zaman saat ini semakin banyak perusahaan dalam negeri maupun luar negeri yang bersaing dalam bidang ekonomi untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Tujuan dari perusahaan tersebut tidak lain adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Perusahaan memiliki banyak cara untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memakmurkan para pemegang saham untuk meyakinkan para investor bahwa perusahaan tersebut layak sebagai alternatif investasi.

Perusahaan dalam mencapai tujuan utamanya memiliki tujuan jangka panjang dan jangka pendek. Tujuan perusahaan jangka pendek yaitu mendapat laba maksimal dengan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Yuniati, 2016). Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Pasar modal adalah pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk utang maupun modal sendiri. Dengan adanya pasar modal maka investor dapat melakukan investasi pada beberapa perusahaan dengan membeli surat berharga yang diperjualbelikan di pasar modal. Perusahaan yang membutuhkan dana akan menggunakan dana tersebut untuk mengembangkan proyek-proyeknya. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI adalah salah satu perusahaan yang banyak diminati oleh para investor. Salah satu sektor yang banyak diminati investor adalah perusahaan *consumer goods industry*, karena tingkat pertumbuhan yang semakin pesat dan ketatnya persaingan antar perusahaan membuat para investor melirik perusahaan tersebut.

Investor tidak sembarang menamamkan modalnya kepada perusahaan. Sehingga perusahaan dituntut untuk meningkatkan nilai perusahaannya agar investor dapat mempertimbangkannya, karena nilai perusahaan adalah faktor yang sangat penting bagi investor untuk menilai apakah perusahaan tersebut cocok untuk ditanami modalnya. Nilai perusahaan merupakan suatu indikator kinerja keuangan bagi perusahaan, terutama yang sudah *go public*. Nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari harga pasar saham yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan suatu tanda kemakmuran bagi pemegang saham, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka investor akan memperoleh keuntungan selain dividen yang diberikan oleh perusahaan yaitu berupa *capital gain* dari saham yang dimiliki.

Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya yang segera harus dipenuhi pada saat ditagih untuk mempertahankan likuiditasnya (Lumoly, 2018). Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan agar dapat membayar kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Menurut Lumoly (2018), perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi mengindikasikan kesempatan bertumbuh perusahaan cenderung tinggi. Semakin tinggi likuiditas perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan kreditur dalam memberikan dananya, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Likuiditas yang baik berarti memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Likuiditas dapat diukur dengan *Current Ratio*, yang merupakan rasio antara aktiva lancar dibagi utang lancar (Putra dan Lestari, 2016).

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan (Lumoly, 2018). Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak investor yang memperhatikan perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata

investor. Total aktiva perusahaan yang lebih besar dari jumlah hutang perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total aset perusahaan. Menurut Pratama (2016), perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak minat para investor untuk melihat perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar dapat menghadapi risiko yang dihadapi dengan strategi yang dimilikinya sehingga perusahaan besar memiliki kredit yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mencari laba selama periode tertentu. Dengan melihat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, jika perusahaan mampu membuat laba yang meningkat, hal itu mengindikasikan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut (Rudangga, 2016). Laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan produk dan investasi yang dilakukan perusahaan. Apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tersebut dapat mengelola kekayaan perusahaan dengan efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode. Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualan barang atau jasa yang diproduksinya (Rudangga, 2016). Semakin besar profitabilitas akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi sehingga para investor berani berinvestasi di perusahaan tersebut.

Leverage menggambarkan seberapa besar modal pinjaman yang digunakan oleh perusahaan dalam kegiatan operasional perusahaan. Hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi (Rudangga, 2016). Semakin besar rasio hutang maka akan semakin besar kewajibannya. Penentuan tingkat hutang ini akan mempengaruhi tingkat pendapatan bersih bagi pemegang saham. Tingginya kewajiban perusahaan akan menurunkan kemampuan perusahaan membayar dividen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin mengetahui apakah likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods Industry* periode tahun 2016-2018. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi pihak akademis dan dapat menambah wawasan di bidang akuntansi khususnya mengenai nilai perusahaan. Bagi perusahaan, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan bagi investor, diharapkan dapat sumber informasi yang dapat membantu investor dalam pengambilan keputusan saat melakukan investasi di perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan hipotesis

Teori Agensi

Pada dasarnya teori agensi adalah teori mengenai struktur kepemilikan perusahaan yang dikelola oleh manajer bukan pemilik, berdasarkan kenyataan bahwa manajer profesional bukan agen yang sempurna dari pemilik perusahaan, dengan demikian pihak agen belum tentu selalu bertindak untuk kepentingan pemilik perusahaan (Indriyani, 2017). Asumsinya adalah individu bertindak demi kepentingannya sendiri. Asumsi lainnya menyebutkan bahwa entitas

merupakan tempat atau titik pertemuan bagi berbagai jenis hubungan kontraktual yang terjadi di antara manajemen, pemilik, kreditor, dan pemerintah (Bastian, 2006:213). Teori agensi berfokus pada biaya-biaya pemantauan dan penyelenggaraan hubungan antara berbagai pihak.

Dalam mencapai tujuan perusahaan sering kali menimbulkan berbagai perbedaan pendapat antara para pemegang saham (*principal*) dengan para manajer (agen). Perbedaan ini disebabkan karena manajer (agen) yang lebih mengutamakan kepentingan pribadinya, sedangkan pemegang saham (*principal*) menginginkan keuntungan dividen. Kepentingan pribadi manajer (agen) menyebabkan meningkatnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga akan berakibat pada penurunan keuntungan perusahaan sehingga dividen yang diterima oleh para pemegang saham (*principal*) akan mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena pihak manajemen tidak memiliki saham dimana tempat mereka bekerja, sehingga para manajer tidak lagi berusaha untuk memaksimalkan laba perusahaan dan cenderung akan mengambil keuntungan dari beban perusahaan seperti meningkatkan kekayaan pribadi, meningkatkan fasilitas perusahaan atau mengadakan acara kantor, yang akan menurunkan laba perusahaan karena meningkatnya beban yang dikeluarkan oleh perusahaan atas aktivitas tersebut (Rachmawati, 2015).

Para pemegang saham (*principal*) menginginkan perusahaan dapat meminimalisir beban yang akan dikeluarkan oleh perusahaan sehingga laba yang didapatkan oleh perusahaan dapat dicapai secara maksimal, karena laba yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham.

Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara *principal* dan agen, dimana satu orang atau lebih (*principal*) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberikan wewenangnya kepada agen dengan tujuan untuk membuat keputusan terbaik bagi prinsipal. Hubungan keagenan ini terdapat pemisahan antara kepemilikan (pihak *principal*/ pemegang saham) dan pengendalian (pihak *agent*/ manajer). Harapan dari pemegang saham ialah manajer dapat menghasilkan *return* dari uang yang mereka investasikan

Tujuan dari teori agensi ini, yang pertama adalah untuk meningkatkan kemampuan individu (baik *principal* maupun agen) dalam mengevaluasi lingkungan dimana keputusan harus diambil. Kedua, untuk mengevaluasi hasil dari keputusan yang telah diambil guna mempermudah pengalokasian hasil antara *principal* dan agen sesuai dengan kontrak kerja.

Namun, teori keagenan tersebut masih memiliki beberapa kelemahan, antara lain posisi manajemen puncak yang bertindak sebagai agen terhadap pemegang saham, tetapi manajemen puncak sekaligus adalah prinsipal terhadap manajemen unit-unit organisasi di bawahnya (Supriyono, 2018:63). Diharapkan agen dapat mengurangi pengutamaan kepentingan atau tujuan pribadinya, namun hal ini sangat sulit dicapai. Hal ini disebabkan karena balas jasa yang diberikan kepada agen didasarkan pada ukuran-ukuran keuangan yang obyektif. Faktor yang dapat memotivasi agen agar tidak selalu dalam ukuran keuangan, antara lain mendapat kehormatan, prestasi, loyalitas, dan faktor intrinsik lainnya.

Teori Sinyal

Isyarat atau *signal* adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Indriyani, 2017). Perusahaan yang dipandang memiliki keuntungan yang lebih akan menghindari penjualan saham perusahaan dan mengusahakan setiap modal baru yang diperlukan dengan berbagai cara, termasuk penggunaan hutang yang melebihi target struktur

modal. Sedangkan perusahaan yang dipandang memiliki keuntungan yang kecil akan cenderung menjualkan sahamnya untuk mencari investor yang baru untuk berbagi kerugian.

Teori sinyal berarti pihak manajer diharapkan dapat memberikan informasi mengenai keadaan perusahaan kepada semua pihak, baik perusahaan yang sedang mengalami kenaikan laba maupun mengalami penurunan laba. Tindakan manajer dalam memberikan informasi yang sama kepada semua pihak bertujuan agar para investor yang telah menanamkan sahamnya kepada suatu perusahaan dapat melihat prospek perusahaan dan dapat digunakan untuk mempertimbangkan dalam mengambil keputusan mengenai modal investasinya (Rachmawati, 2015).

Signalling theory menurut Suwardjono (2008) dalam Suganda (2018:69) merupakan teori yang menjelaskan sinyal-sinyal informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah para investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan. Para investor mengharapkan kondisi yang baik ketika manajemen perusahaan mengungkapkan informasi yang jelas. Apabila pengungkapan informasi tidak sesuai dengan keadaan akan mengakibatkan asimetri informasi. Hal ini dapat terjadi karena salah satu pihak yang berusaha memaksimalkan utilitasnya. Informasi keseluruhan dimiliki oleh pihak agen dan tidak digunakan untuk kepentingan prinsipal sehingga dapat mempengaruhi kondisi dan prospek perusahaan.

Asimetri informasi diakibatkan tidak disampaikan semua informasi yang diperoleh secara penuh sehingga mempengaruhi nilai perusahaan yang dapat dilihat dari perubahan harga saham karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal kepada pihak luar (Putra dan Juniariyani, 2017). Menurut Putra dan Juniariyani (2017) dalam Rahayu (2010:9), sinyal yang diberikan kepada pihak luar berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang.

Nilai Perusahaan

Suatu perusahaan yang memiliki nilai yang baik apabila perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik pula. Definisi nilai perusahaan menurut Lumoly (2018) dalam Husnan dan Pudijastuti (2006:6) menyatakan bahwa nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Tingkat kemakmuran pemilik perusahaan diukur berdasarkan nilai perusahaan yang baik.

Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal harga saham yang diperjual belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan (Lumoly, 2018). Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti mengukur nilai perusahaan dengan menggunakan perhitungan rasio *Price to Book Value* (PBV). Rasio *Price to Book Value* ini menggambarkan nilai pasar keuangan terhadap manajemen dan organisasi dari perusahaan yang sedang berjalan (*going concern*). Apabila *Price to Book Value* memiliki nilai yang rendah maka ini merupakan tanda yang baik bagi perusahaan. Menurut Lumoly (2018) dalam Sihombing (2008:95) menyatakan bahwa *Price to Book Value* merupakan suatu nilai yang dapat digunakan untuk membandingkan apakah sebuah saham lebih mahal atau lebih murah dibandingkan dengan saham lainnya.

Menurut Brigham dan Houston (2011:152) menyatakan bahwa *Price to Book Value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Nilai buku (*book value*) dihitung dengan cara total ekuitas dibagi jumlah saham yang beredar (Rachmawati, 2015). Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya (Suwardika, 2017).

Tujuan setiap perusahaan diharapkan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal untuk pemegang sahamnya dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik akan membuat investor percaya terhadap prospek perusahaan dimasa mendatang. Dalam menilai harga saham, terdapat dua analisis yang bisa digunakan, yaitu analisis bersifat *fundamental* dan analisis bersifat teknikal (Putra dan Lestari, 2016). Hasil riset menunjukkan bahwa, baik analisis fundamental maupun teknikal secara terpisah memiliki kemampuan untuk dapat memperkirakan pergerakan harga saham (Azis, 2015:290). Pada pasar saham Indonesia, analisis teknikal mempunyai kemampuan yang lebih baik dalam memperkirakan harga saham kedepannya (Azis, 2015:290). Menurut Suwardika (2017) dalam Jogiyanto (2016:188) apabila hendak melakukan analisis fundamental dibutuhkannya data fundamental perusahaan yang berasal dari laporan keuangan perusahaan, seperti penjualan, dividen yang dibagikan, laba perusahaan dan sebagainya.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Rudangga, 2016). Nilai perusahaan sangat penting karena menentukan tingkat kemakmuran pemegang saham apabila diikuti dengan nilai perusahaan yang tinggi. Para investor menilai keberhasilan suatu perusahaan dari nilai perusahaan. Investor yang menginvestasikan dananya di pasar modal tidak sembarangan karena mereka juga mempertimbangkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Investor harus memanfaatkan semua informasi untuk menganalisis pasar dan berinvestasi dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan (Sudiani, 2016).

Likuiditas

Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia (Lumoly, 2018). Dua rasio likuiditas jangka pendek yang sering digunakan adalah rasio lancar dan rasio *quick* (Hanafi, 2016:75). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan perhitungan rasio lancar (*current ratio*) karena peneliti ingin mengetahui kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar. Menurut Sutrisno (2009:216) dalam Lumoly (2018) menyatakan bahwa *Current Ratio* adalah rasio yang membandingkan antara aktia lancar yang dimiliki perusahaan dengan hutang jangka pendek.

Perusahaan memiliki likuiditas yang baik akan mendapatkan kepercayaan dari para investor sehingga perusahaan tersebut dianggap memiliki kinerja perusahaan yang baik. Hal ini disebabkan perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi mempunyai dana internal yang besar, sehingga perusahaan juga menggunakan dana internalnya terlebih dahulu untuk membiayai investasinya sebelum menggunakan pembiayaan eksternal melalui hutang (Putra dan Lestari, 2016).

Investor lebih menyukai perusahaan yang menghasilkan uang agar dapat membayar hutang atau kewajibannya. Nilai likuiditas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Sudiani, 2016). Nilai likuiditas yang baik yang dimiliki oleh perusahaan akan dianggap memiliki kinerja yang baik bagi investor. Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut (Sudiani, 2016).

Perusahaan yang mampu membayar sebesar kewajibannya sehingga mampu memenuhi segala kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi disebut sebagai perusahaan yang likuid. Sedangkan perusahaan yang tidak mampu untuk membayar disebut illikuid. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa kesempatan bertumbuh perusahaan cenderung rendah. Hal ini disebabkan oleh perusahaan memiliki lebih banyak jumlah aset lancar daripada aset tetapnya. Aset tetap dapat mengalami penurunan nilai yang disebabkan oleh adanya faktor penurunan ekonomi atau depresiasi sehingga aset tetap sudah tidak produktif lagi bagi perusahaan.

Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi cenderung memiliki kondisi keuangan yang baik karena dapat segera mencairkan aset yang tersedia untuk melunasi utang ketika jatuh tempo (Safitri, 2018). Perusahaan yang mampu membayar dividen lebih banyak menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki likuiditas yang semakin baik. Rasio yang rendah menunjukkan risiko likuiditas yang tinggi, sedangkan rasio lancar yang tinggi menunjukkan adanya kelebihan aktiva lancar, yang akan mempunyai pengaruh yang tidak baik terhadap profitabilitas perusahaan (Hanafi, 2016:75). Aktiva lancar cenderung menghasilkan *return* yang lebih rendah daripada aktiva tetap.

Rasio likuiditas mengukur kemampuan likuiditas jangka pendek perusahaan dengan melihat aktiva lancar perusahaan relatif terhadap utang lancarnya (utang dalam hal ini merupakan kewajiban perusahaan) (Hanafi, 2016:75). Rasio likuiditas yang buruk dalam jangka panjang akan memperngaruhi solvabilitas perusahaan. Rasio solvabilitas dianggap lebih penting karena mencakup total utang termasuk kewajiban jangka pendek. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi akan dianggap sebagai prospek yang bagus oleh para investor karena perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga harga saham dan nilai perusahaan dapat meningkat.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan (Lumoly, 2018). Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa arus kas perusahaan tersebut sudah positif dan memiliki prospek yang bagus dalam jangka panjang. Aset perusahaan yang besar akan lebih stabil karena memiliki kondisi pasar yang lebih baik, cenderung kurang rentan terhadap fluktuasi ekonomi, dan mampu untuk bersaing dalam ekonomi.

Ukuran perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak investor yang memberikan perhatian pada perusahaan tersebut. Namun, disisi lain akan menimbulkan hutang yang banyak karena resiko perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya sangat kecil (Indriyani, 2017).

Perusahaan yang besar mudah untuk masuk ke dalam pasar modal sehingga perusahaan dapat dengan mudah memperoleh tambahan dana. Investor menganggap bahwa prospek perusahaan yang baik dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya. Hal ini menjadi pertimbangan bagi para investor untuk menanamkan modal, karena perusahaan yang besar dianggap dapat berkembang dengan baik dan memiliki kinerja yang baik. Perusahaan yang memiliki total aktiva yang meningkat maka nilai perusahaan juga akan ikut meningkat.

Menurut Suwardika (2017) dalam Riyanto (2011:299) menyatakan bahwa perusahaan yang besar dengan sebaran saham perusahaan yang besar pula akan memiliki dampak yang kecil terhadap hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan, jadi perusahaan yang

berukuran besar cenderung lebih berani untuk mengeluarkan saham baru guna memenuhi kebutuhan perusahaan ketimbang perusahaan kecil.

Pengukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva, *log size*, harga pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan juga dapat diukur dengan jumlah penjualan, rata-rata penjualan, nilai pasar atas saham perusahaan tersebut dan lain-lain (Novari, 2016). Dalam penelitian ini peneliti mengukur perusahaan menggunakan logaritma natural (\ln) dari total aset karena total aset biasanya berjumlah milyaran bahkan trilyunan rupiah. Ukuran perusahaan yang besar dan terus tumbuh bisa menggambarkan tingkat profit mendatang, kemudahan pembiayaan ini bisa mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang baik bagi investor (Novari, 2016).

Menurut Rudangga (2016) perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar akan lebih banyak menarik minat para investor sehingga nilai perusahaan akan semakin baik. Jadi secara tidak langsung besar kecilnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi nilai dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar memiliki saham yang tersebar sangat luas sehingga memiliki pengaruh yang kecil atas hilangnya atau pergeseran kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan tersebut. Sedangkan perusahaan yang kecil memiliki persebaran saham yang lebih sempit jangkauan wilayahnya sehingga akan sangat rentan atas hilangnya atau pergeseran kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan tersebut.

Profitabilitas

Setiap perusahaan pasti mengharapkan dapat memperoleh laba atau keuntungan sebanyak-banyaknya. Semakin tinggi keuntungan atau laba yang diperoleh suatu perusahaan maka kemakmuran para pemegang saham akan semakin meningkat juga. Oleh sebab itu, para karyawan dan manajemen akan berusaha untuk memaksimalkan kinerjanya untuk dapat mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan agar dapat memperoleh laba yang maksimal.

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya (Rachmawati, 2015). Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka akan semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Rasio profitabilitas digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu.

Menurut Hanafi (2016:81), terdapat tiga rasio yang sering dibicarakan yaitu: *profit margin*, *return on total asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE). *Profit margin* digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. *Return on total asset* (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Sedangkan, *return on equity* (ROE) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu.

Semakin tinggi rasio yang dihasilkan maka semakin besar laba yang akan diperoleh oleh perusahaan. Menurut Lumoly (2018), semakin tinggi profitabilitas (*profitability*), semakin tinggi pula nilai perusahaan. Semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat sehingga menyebabkan kenaikan harga saham pada perusahaan.

Menurut Suwardika (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan

kinerja perusahaan, selain itu profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor.

Perusahaan yang dapat memperoleh laba yang maksimal menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga dinilai positif oleh investor yang berdampak pada kenaikan harga saham suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam mengelola kekayaan perusahaan untuk memperoleh laba pada setiap periodenya. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan return, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula return yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat (Suwardika, 2017).

Dalam penelitian ini peneliti menghitung rasio profitabilitas menggunakan *return on equity* (ROE). Karena return on equity (ROE) menunjukkan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham sehingga akan mempengaruhi harga saham perusahaan yang juga berdampak pada nilai perusahaan.

Leverage

Leverage merupakan hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan operasional perusahaan. Hutang (*leverage*) yang merupakan rasio utang atau sering juga dikenal dengan nama rasio solvabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansial dari perusahaan tersebut seandainya perusahaan tersebut dilikuidasi (Rudangga, 2016).

Hutang dapat berasal dari bank dan pembiayaan lainnya. Perusahaan yang memiliki banyak hutang dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba perusahaan. Kenaikan dan penurunan hutang akan sangat berpengaruh terhadap penilaian pasar. Apabila perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi maka akan berdampak buruk pada nilai perusahaan. Rasio *leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutangnya baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang. Dalam penelitian ini peneliti menghitung rasio leverage menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan membandingkan total hutang dengan modal perusahaan.

Setiap perusahaan membutuhkan dana agar dapat menjalankan usahanya. Salah satu sumber dana tersebut berasal dari pinjaman atau hutang. Perusahaan menggunakan utang tersebut untuk memenuhi kebutuhan perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Menurut Rachmawati (2015) dalam Sitanggang (2014:23) menyatakan bahwa rasio utang (*leverage*) merupakan ukuran seberapa besar perusahaan dibiayai oleh unsur utang dan seberapa besar kemampuan perusahaan dari hasil operasi perusahaan untuk melunasi beban pembayaran bunga dan atau pokok pinjaman tersebut.

Leverage merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun panjang (Suwardika, 2017). *Leverage* (hutang) digunakan oleh perusahaan untuk memperoleh modal sehingga perusahaan akan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Hutang menunjukkan suatu tanda dalam meningkatkan nilai perusahaan bagi investor.

Leverage dapat mempengaruhi investasi dalam perusahaan. Artinya, nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar,

sedangkan leverage yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil (Suwardika, 2017). Perusahaan harus mengelola leverage dengan baik karena dalam pemakaian hutang yang tinggi akan mengakibatkan kenaikan nilai perusahaan akibat adanya pengurangan pajak atas penghasilan.

Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan (Novari, 2016). Semakin besar leverage maka semakin besar resiko investasi. Leverage yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan sebagai alat untuk mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan.

2.1 Pengembangan hipotesis

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka akan semakin banyak dana yang diperoleh perusahaan untuk membiayai dividen, segala kegiatan operasi perusahaan, dan investasinya. Sehingga investor akan menganggap perusahaan tersebut dapat berkembang dengan baik dan memiliki kinerja perusahaan yang optimal sehingga investor memiliki minat untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan tersebut. Menurut Suidani (2016) likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut

Hal ini diperkuat oleh penelitian dari Putra dan Lestari (2016) dan Safitri (2018) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diajukan hipotesis tentang pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

H₁ : Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Indriyani (2017) semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak investor yang memberikan perhatian pada perusahaan tersebut. Namun, disisi lain akan menimbulkan hutang yang banyak karena resiko perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya sangat kecil. Menurut Suwardika (2017) dalam Riyanto (2011:299) menyatakan bahwa perusahaan yang besar dengan sebaran saham perusahaan yang besar pula akan memiliki dampak yang kecil terhadap hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan, jadi perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih berani untuk mengeluarkan saham baru guna memenuhi kebutuhan perusahaan ketimbang perusahaan kecil.

Berdasarkan penelitian empiris yang telah dilakukan oleh Rudangga (2016), Putra dan Lestari (2016), dan Rachmawati (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka dari penjelasan tersebut dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya (Rachmawati, 2015). Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka akan semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Rasio profitabilitas digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu.

Hal ini diperkuat berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Novari (2017), Suwardika (2017), Indriyani (2017), Rachmawati (2016), Lumoly (2018), dan Putra dan Lestari (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan tersebut dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Setiap perusahaan membutuhkan dana agar dapat menjalankan usahanya. Salah satu sumber dana tersebut berasal dari pinjaman atau utang. Perusahaan menggunakan utang tersebut untuk memenuhi kebutuhan perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Menurut Rachmawati (2015) dalam Sitanggang (2014:23) menyatakan bahwa rasio utang (*leverage*) merupakan ukuran seberapa besar perusahaan dibiayai oleh unsur utang dan seberapa besar kemampuan perusahaan dari hasil operasi perusahaan untuk melunasi beban pembayaran bunga dan atau pokok pinjaman tersebut.

Hal ini diperkuat oleh penelitian dari Suwardika (2017), Rudangga (2016), dan Safitri (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018. Jenis data yang digunakan merupakan data sekunder. Data yang diperlukan dalam penelitian membuat penelitian ini juga termasuk studi empiris pada perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dimana masing-masing perusahaan yang termasuk perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melaporkan laporan keuangannya dalam website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 sampai 2018 dengan beberapa kriteria tertentu.

3.2 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik purposive sampling. Adapun kriteria pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2018.
2. Perusahaan *Consumer Goods Industry* yang secara berturut-turut menyediakan laporan tahunan dan laporan keuangan yang lengkap di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.

3. Perusahaan *Consumer Goods Industry* tidak mengalami delisting selama periode tahun 2016-2018.
4. Laporan keuangan disajikan dalam mata uang rupiah.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Nilai Perusahaan sebagai variabel terikat. Peneliti mengukur nilai perusahaan menggunakan perhitungan *Price Book Value* (PBV) dimana kinerja perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi laba yang diperoleh para investor. Peneliti mengukur nilai PBV pada perusahaan *Consumer Goods Industry* periode 2016-2018.

$$PBV = \frac{\text{Price to Book of Value Ratio}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

Variabel Independen

Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek pada periode tertentu. Semakin tinggi rasio likuiditas maka akan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Ketersediaan dana perusahaan juga dapat menggambarkan tingginya rasio likuiditas perusahaan sehingga dapat membiayai segala kegiatan perusahaan dan membayarkan dividen. Menurut Putra dan Lestari (2016) perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi tentunya dianggap menjadi prospek yang bagus oleh para investor, karena para investor mempersiapkan perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga bisa meningkatkan harga saham yang berarti nilai perusahaan juga meningkat. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan untuk menghitung likuiditas dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{asset lancar}}{\text{kewajiban lancar}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat tercermin dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan besar memiliki kemudahan untuk memasuki pasar modal, sehingga memudahkan perusahaan untuk mendapat tambahan dana. Hal ini akan dianggap investor sebagai prospek yang baik pada perusahaan tersebut sehingga akan dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya. Investor akan mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam menanamkan modal, karena perusahaan yang besar dianggap telah berkembang dan memiliki kinerja yang baik. Apabila total aktiva perusahaan meningkat maka nilai perusahaan tersebut juga ikut meningkat. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan untuk menghitung ukuran perusahaan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Firm Size} = \text{Ln} (\text{Total Asset})$$

Profitabilitas

Dalam penelitian ini peneliti menghitung rasio profitabilitas menggunakan *return on equity* (ROE). Karena *return on equity* (ROE) menunjukkan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi

menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham sehingga akan mempengaruhi harga saham perusahaan yang juga berdampak pada nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan untuk menghitung ROE dengan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

Leverage

Perusahaan yang memiliki banyak hutang dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba perusahaan. Kenaikan dan penurunan hutang akan sangat berpengaruh terhadap penilaian pasar. Apabila perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi maka akan berdampak buruk pada nilai perusahaan. Rasio *leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutangnya baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang. Dalam penelitian ini peneliti menghitung rasio leverage menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan membandingkan total hutang dengan modal perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan untuk menghitung leverage dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas}}$$

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada analisis kuantitatif yang merupakan pendekatan analisis dengan perhitungan matematika atau statistika. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

$$PBV = \alpha + \beta_1 CR + \beta_2 LN + \beta_3 ROE + \beta_4 DER + e$$

Keterangan:

PBV	=	Nilai Perusahaan
α	=	Konstanta
β	=	Koefisien Regresi
CR	=	Likuiditas
LN	=	Ukuran Perusahaan
ROE	=	Profitabilitas
DER	=	<i>Leverage</i>
e	=	<i>Error Term</i>

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi sekumpulan data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
PBV	88	0,08	27,77	3,1176	4,30279
CR	88	0,14	8,64	2,9513	1,95419
LN	88	25,66	32,20	28,5930	1,62004
ROE	88	-0,19	1,24	0,1324	0,19764
DER	88	0,08	1,87	0,7290	0,49280

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan pada Tabel 1 tersebut menunjukkan bahwa Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai minimum sebesar 0,08 yang berasal dari perusahaan PT Kedaung Indah Can Tbk pada tahun 2018 dan nilai maksimum sebesar 27,77 yang berasal dari perusahaan PT Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2017. Variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai rata-rata (mean) yang positif sebesar 3,1176. Sedangkan nilai standar deviasi lebih besar dibandingkan dengan rata-rata sebesar 4,30279, sehingga variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki variasi yang tinggi.

Variabel likuiditas (CR) adalah variabel yang diukur dengan membandingkan aset lancar dengan liabilitas lancar. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai minimum sebesar 0,14 yang berasal dari perusahaan PT Sekar Bumi Tbk pada tahun 2018 dan nilai maksimum sebesar 8,64 yang berasal dari perusahaan PT Delta Djakarta Tbk pada tahun 2017. Variabel likuiditas (CR) memiliki nilai rata-rata (mean) yang positif sebesar 3,1176 dan standar deviasi sebesar 1,95419. Jika dibandingkan, nilai rata-rata memiliki nilai yang lebih tinggi dari standar deviasi sehingga variabel likuiditas (CR) memiliki variasi yang rendah.

Variabel ukuran perusahaan (LN) adalah variabel yang diukur dengan membandingkan aset lancar dengan liabilitas lancar. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai minimum sebesar 25,66 yang berasal dari perusahaan PT Kedaung Indah Can Tbk pada tahun 2016 dan nilai maksimum sebesar 32,20 yang berasal dari perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2018. Variabel ukuran perusahaan (LN) memiliki nilai rata-rata (mean) yang positif sebesar 28,5930 dan standar deviasi sebesar 1,62004. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (LN) memiliki variasi yang rendah.

Variabel profitabilitas (ROE) adalah variabel yang diukur dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total ekuitas. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai minimum sebesar -0,19 yang berasal dari perusahaan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2018 dan nilai maksimum sebesar 1,24 yang berasal dari perusahaan PT Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2018. Variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai rata-rata (mean) yang positif sebesar 0,1324. Standar deviasi profitabilitas lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata yaitu sebesar 0,19764.

Variabel *leverage* (DER) adalah variabel yang diukur dengan membandingkan total liabilitas dengan total ekuitas. Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai minimum sebesar 0,08 yang berasal dari perusahaan PT Gudang Garam Tbk pada tahun 2016 dan nilai maksimum sebesar 1,87 yang berasal dari perusahaan PT Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2018. Variabel *leverage* (DER) memiliki nilai rata-rata (mean) yang positif sebesar 0,7290, hal ini

menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami peningkatan. Nilai standar deviasi leverage (DER) sebesar 0,49280. Jika dibandingkan, rata-rata dengan standar deviasinya memiliki variasi yang rendah.

Tabel 2. Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residuals
Kolmogorov -Smirnov Z	0,064
Asymp.Sig. (2-Tailed)	0,200

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig sebesar 0,20 atau 20%. Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji normalitas maka data dapat dikatakan telah terdistribusi normal, karena memiliki nilai lebih besar dari 0,05 atau 5%.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
CR	0,470	2,126	Tidak terdapat multikolinearitas
LN	0,887	1,127	Tidak terdapat multikolinearitas
ROE	0,933	1,072	Tidak terdapat multikolinearitas
DER	0,469	2,133	Tidak terdapat multikolinearitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Pada Tabel 3 untuk hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10, dimana variabel likuiditas (CR) memiliki nilai VIF sebesar 2,126 variabel ukuran perusahaan (LN) memiliki nilai VIF sebesar 1,127, variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai VIF sebesar 1,072, dan variabel *leverage* (DER) memiliki nilai VIF sebesar 2,133. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Kesimpulan
CR	0,914	Tidak ada heterokedastisitas
LN	0,605	Tidak ada heterokedastisitas
ROE	0,074	Tidak ada heterokedastisitas
DER	0,746	Tidak ada heterokedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4 di atas, menunjukkan keseluruhan nilai signifikansi pada uji heterokedastisitas lebih besar dari 0,05 atau 5%. Dimana variabel likuiditas (CR) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,914, variabel ukuran perusahaan (LN) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,605, variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,074, dan variabel *leverage* (DER) memiliki nilai signifikansi sebesar

0,746. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model	Hasil Durbin Watson	Kesimpulan
1	2,213	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 5 di atas, menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2,213 dan pada tabel Durbin Watson nilai $dL = 1,5597$, $dU = 1,7493$, dan $4-dU = 2,2507$. Sehingga sesuai dengan ketentuan nilai Durbin Watson yaitu $2 < DW < 4-dU$ dengan nilai $2 < 2,213 < 2,2507$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui keterikatan antar hubungan variabel dependen dengan variabel independennya.

Tabel 6. Uji Regresi

Variabel	Koefisien Reg	T _{hitung}	Sig.	Keterangan
Constant	-8,862	-2,395	0,019	
CR	0,048	0,350	0,727	H ₁ ditolak
LN	0,292	2,412	0,018	H ₂ diterima
ROE	19,221	19,835	0,000	H ₃ diterima
DER	1,282	2,339	0,022	H ₄ diterima
R ² 0,847 Adjusted R ² 0,839 N 88		F _{hitung} 114,541 Sig. 0,000		

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$PBV = -8,862 + 0,048CR + 0,292LN + 19,221ROE + 1,282DER + \varepsilon$$

Keterangan :

PBV = Nilai Perusahaan

- CR = Likuiditas
LN = Ukuran Perusahaan
ROE = Profitabilitas
DER = Leverage
 ε = Error

Dari persamaan regresi yang diperoleh maka dapat kita interpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar -8,862. Nilai ini menunjukkan bahwa jika likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage diasumsikan konstan maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar -8,862.
- Nilai koefisien regresi variabel likuiditas sebesar 0,048. Nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel likuiditas mengalami kenaikan sebesar 1 satuan likuiditas akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan sebesar 0,048.
- Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,292. Nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan ukuran perusahaan akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan sebesar 0,292.
- Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas sebesar 19,221. Nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel profitabilitas mengalami kenaikan sebesar 1 satuan profitabilitas akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan sebesar 19,221.
- Nilai koefisien regresi variabel *leverage* sebesar 1,282. Nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel leverage mengalami kenaikan sebesar 1 satuan *leverage* akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan sebesar 1,282.

Uji F (ANOVA)

Uji F pada dasarnya digunakan untuk menguji hipotesis apakah semua variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan juga sebagai penentuan model kelayakan model regresi. Berdasarkan pengujian uji F pada tabel 6 yang menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 114,541 memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti model regresi dalam penelitian ini telah *fit of goodness* yang menunjukkan bahwa variabel independen likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Statistik t

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk menguji hipotesis apakah variabel independen berpengaruh secara individu terhadap variabel dependen. Hasil dari pengujian uji t dapat dilihat pada Tabel 6 yang menunjukkan sebagai berikut:

- Variabel Likuiditas (CR)

Dalam penelitian ini hipotesis pertama (H_1) yang diajukan adalah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan dalam tabel 6 diketahui bahwa CR memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,350 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,727 > 0,05$. Dengan demikian maka H_1 ditolak dan H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Likuiditas (CR) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

- Variabel Ukuran Perusahaan (LN)

Dalam penelitian ini hipotesis kedua (H_2) yang diajukan adalah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan dalam tabel 6 diketahui bahwa LN memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,412 dengan tingkat signifikansi

sebesar $0,018 < 0,05$. Dengan demikian maka H_2 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

c. Variabel Profitabilitas (ROE)

Dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H_3) yang diajukan adalah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan dalam tabel 6 diketahui bahwa ROE memiliki nilai t_{hitung} sebesar 19,835 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_3 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

d. Variabel Leverage (DER)

Dalam penelitian ini hipotesis keempat (H_4) yang diajukan adalah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan dalam tabel 6 diketahui bahwa DER memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,339 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$. Dengan demikian maka H_4 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *Leverage* (DER) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Hasil dari pengujian koefisien determinasi (R^2) terdapat pada Tabel 6 yang menunjukkan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,839 atau 83,9% yang berarti variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* sebesar 83,9%. Sedangkan sisanya yaitu 16,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

4.2 Pembahasan

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan dalam tabel 4.7 diketahui bahwa CR memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,350 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,727 > 0,05$. Dengan demikian maka H_1 ditolak dan H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Likuiditas (CR) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya hutang jangka pendek pada sebuah perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Kemungkinan hal ini terjadi karena investor tidak terlalu memperhatikan besar kecilnya hutang jangka pendek yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. *Current ratio* yang rendah biasanya dianggap menunjukkan terjadinya masalah dalam likuidasi, sebaliknya *current ratio* yang terlalu tinggi juga kurang bagus, karena menunjukkan banyaknya dana menganggur yang pada akhirnya dapat mengurangi kemampuan laba perusahaan (Lumoly, 2018). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lumoly (2018), Suidani (2016), Antoro (2018), dan Adelina (2014) yang menemukan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini hipotesis kedua (H_2) yang diajukan adalah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan dalam tabel 4.7 diketahui bahwa LN memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,412 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. Dengan demikian maka H_2 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan (LN) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Ukuran perusahaan yang besar akan lebih mudah untuk memasuki pasar modal sehingga perusahaan dapat dengan mudah mendapat dana tambahan untuk melakukan operasi perusahaan. Investor akan mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam menanamkan modal, karena perusahaan yang besar dianggap telah berkembang dan memiliki kinerja yang baik (Putra dan Lestari, 2016). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan

oleh Wulandari (2017), Putra dan Lestari (2016), Pratama (2016), Rachmawati (2015) dan Rudangga (2016) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H_3) yang diajukan adalah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan dalam tabel 4.7 diketahui bahwa ROE memiliki nilai t_{hitung} sebesar 19,835 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_3 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Apabila perusahaan memiliki nilai profitabilitas yang cukup tinggi maka tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan memiliki dana yang cukup dalam melakukan operasi perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yuniati (2016), Novari (2016), Pratama (2016), Lumoly (2018), Antoro (2018) dan Suidani (2016) yang menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini hipotesis keempat (H_4) yang diajukan adalah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan dalam tabel 4.7 diketahui bahwa DER memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,339 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$. Dengan demikian maka H_4 diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *Leverage* (DER) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Semakin tinggi *leverage* dalam suatu perusahaan semakin tinggi juga nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diartikan bahwa perusahaan *Consumer Goods Industry* dianggap memiliki kualitas perusahaan yang baik dan kegiatan investasi yang dilakukan oleh investor pada perusahaan tersebut tidak akan berkurang. Dalam hal ini perusahaan mampu mengelola hutangnya dengan baik sehingga perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Wulandari (2017), Pratama (2016), Suwardika (2017) dan Safitri (2018) yang menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. maka dapat disimpulkan dari hasil analisis regresi berganda sebagai berikut:

1. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods Industry* periode 2016-2018. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi likuiditas terhadap nilai perusahaan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,727. Maka hipotesis pertama ditolak atau tidak terdukung.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods Industry* periode 2016-2018. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,018. Maka hipotesis kedua diterima atau terdukung.

3. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods Industry* periode 2016-2018. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi profitabilitas terhadap nilai perusahaan dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka hipotesis ketiga diterima atau terdukung.
4. *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods Industry* periode 2016-2018. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi leverage terhadap nilai perusahaan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,022. Maka hipotesis keempat diterima atau terdukung.

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah dibahas di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pada penelitian berikutnya, peneliti dapat menggunakan sampel yang lebih luas pada sektor lainnya sehingga memperoleh sampel penelitian yang lebih banyak.
2. Periode penelitian yang diajukan diharapkan untuk memperpanjang tahun periodenya sehingga dapat mengamati perusahaan dengan lebih baik.
3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan selain Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*.

Referensi

- Adelina, Siska (2014). Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Fakultas Ekonomi (FEKON)*, Vol. 1, No.2, Hal. 1-15.
- Antoro, Ananto Dwi (2018). Kebijakan Dividen dan BI Rate Sebagai Pemoderasi Likuiditas, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2017. *Jurnal Upajiwana Dewantara*, Vol. 2, No. 1, Hal. 58-75.
- Azis, Muzdalifah (2015). *Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor dan Return Saham*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bahri, Syaiful (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Bastian, Indra (2006). *Akuntansi Pendidikan*. Yogyakarta: Erlangga.
- Brigham & Houston (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanafi, Mamduh M (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Husnan dan Pudjiastuti (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Indriyani, Eka (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, Vol. 10, No. 2, Hal. 333-348.
- Lumoly, Selin (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 3, Hal. 1108-1117.
- Novari, Putu Mikhy (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan *Real Estate*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 9, Hal. 5671-5694.

- Pratama, I Gusti Bagus Angga (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 2, Hal. 1338-1367.
- Putra, AA. N. D. A. & Lestari, P. V (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 7. Hal 4044-4070.
- Putra, I. P. M. J. S. & Juniariani, N. M. R. (2017). Analisis Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi "JUARA"*, Vol. 7, No. 2, Hal. 143-150.
- Rachmawati, Dwi (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi "EQUITY"*, Vol. 18, No. 1, Hal. 1-18.
- Riyanto, Bambang (2010). *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Rudangga, I Gusti Ngurah Gede (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 7, Hal. 4394-4422.
- Safitri, Yohana (2018). Peranan *Corporate Social Responsibility* Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Manufaktur yang Tercatat di BEI Tahun 2013-2017). *Journal of Accounting*, Vol. 4, No. 4, Hal. 1-18.
- Sihombing, G (2008). *Kaya dan Pinter Jadi Trader & Investor Saham*. Yogyakarta: Indonesia Cerdas.
- Sitanggang, J.P (2013). *Manajemen Keuangan Perusahaan Lanjutan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sudiani, Ni Kadek Ayu (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 7, Hal. 4545-4547.
- Suganda, T. Renald (2018). *Event Study Teori dan Pembahasan Reaksi Pasar Modal Indonesia*. Malang: CV. Seribu Bintang.
- Supriyono, R.A (2018). *Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sutrisno, E (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 1. Jakarta: Kencana.
- Suwardika, I Nyoman Agus (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 3, Hal. 1248-1277.
- Wulandari, Ni Made Intan (2017). Peranan *Corporate Social Responsibility* Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 3, Hal. 1278-1311.
- Yuniati, Mei (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Profitabilitas dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2014. *Journal Of Accounting*, Vol. 2, No. 2.