

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN UTANG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Dini Octaviani ¹⁾, Damayanti²⁾

^{1),2)}Program Studi Manajemen, Universitas YPPI Rembang

¹⁾ Octavianidini0@gmail.com

Correspondence Author: ²⁾damayanti_rahmania@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to prove the effect of company size, profitability and debt on the value of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The population used is all food and beverage companies listed on the IDX. The data collection technique in this study was carried out using the documentation method with the sampling method, namely the purposive sampling method, obtained a sample of 8 companies with a total of 40 observations. The data analysis technique used by the researcher was multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that the size of the company has no significant positive effect on the value of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Profitability has a significant positive effect on the value of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Debt has an insignificant negative effect on the value of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The determination test shows the adjusted R² value of 0.344, meaning that the firm value variable can be explained by the three independent variables of firm size, profitability and debt of 34.4%, while the remaining 65.6% in this study is explained by other factors not included in the regression model.

Keywords: *firm value, firm size, profitability, debt*

1. Pendahuluan

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang terdiri atas sekelompok orang yang bekerja untuk untuk mencapai suatu tujuan. Kepentingan yang paling mendasar yaitu mendapatkan keuntungan atau laba semaksimal mungkin serta kesejahteraan bagi para pemegang saham perusahaan. Perusahaan tidak akan mampu berdiri sendiri tanpa adanya sekelompok orang atau badan yang membantu pendanaan perusahaan. Pendanaan yang diberikan harus memberikan kompensasi yang sesuai dengan harapan, dengan kata lain investor maupun kreditur tidak akan berkenan untuk menginvestasikan dananya jika perusahaan yang dituju tidak dapat memberikan kompensasi yang sesuai di masa yang akan datang (Pratiwi dan Ibrahim, 2017).

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai Perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi umumnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba maksimal, tetapi juga berusaha meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemiliknya (Safitri, 2016

dalam Putra dan Putra, 2020).

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah utang, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Utang adalah kesanggupan emiten dalam melakukan kewajibannya. Utang diklasifikasikan dari pembagian total utang dan total ekuitas dari perusahaan. Utang dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena utang bisa menghemat tarif pajak. Harga saham juga akan meningkat jika utang meningkat. Hasil penelitian Putra dan Putra (2020) dan Sagala, dkk (2020) menunjukkan bahwa utang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil berbeda ditunjukkan dalam penelitian Orientanti (2014) dalam Perwira (2017) bahwa utang berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain total aktiva, nilai pasar saham, *log size* dan lain lain ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut. Menurut Penelitian Suyarnawa (2019) dalam Aprilia dan Triyonowati (2021) ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage*, sedangkan hasil berbeda ditunjukkan pada penelitian Suryandani (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. 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 juga meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode (Horne dan Wachowicz, 2005 dalam Dewantari, dkk, 2019). Nilai dari suatu perusahaan dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, karena semakin besar profitabilitas akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi dan membuat investor berani berinvestasi di perusahaan tersebut. Hasil penelitian Dewantari, dkk (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor *food and beverage*. Sedangkan hasil berbeda ditunjukkan pada penelitian Suryandani (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan utang terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Hal ini dilakukan agar investor memiliki acuan untuk memilih saham yang akan di beli, apakah

perusahaan tersebut memiliki prospek bagus kedepannya atau tidak.

Perusahaan *food and beverage* dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan *food and beverage* sendiri adalah salah satu sektor perusahaan yang paling stabil. Sektor ini juga tidak mudah terpengaruh oleh musim ataupun perubahan kondisi perekonomian. Selain itu perusahaan *food and beverage* memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan capaian kinerjanya tercatat konsisten, dari peningkatan produktifitas, investasi, sampai ekspor (Putra dan Putra, 2020). Menurut Yanti dan Darmayanti (2019) kelancaran produk industri *food and beverage* sendiri akan tetap terjamin karena sektor ini bergerak pada bidang industri pokok manusia. Hal ini disebabkan karena kebutuhan makanan dan minuman yang tidak akan pernah berhenti dalam hal apapun

2. Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Teori Sinyal

Menurut Wiagustini, dkk (2017) dalam Putra dan Putra (2020) teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan memiliki insentif untuk mempublikasikan informasi kepada pihak luar. Dorongan ini disebabkan oleh asimetri informasi. Informasi asimetris adalah informasi identik yang dimiliki oleh manajer dan investor mengenai prospek suatu perusahaan, Informasi yang didapat tersebut diharapkan dapat memberikan sinyal yang positif bagi investor tentang kondisi perusahaan, dengan demikian investor akan percaya untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan dapat meningkat.

2.1.2. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan itu dijual. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan karena tingginya harga saham akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya dimasa yang akan datang. Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Dewantari, dkk, 2019).

2.1.3. Ukuran Perusahaan

Menurut Pratiwi dan Aligarh (2021) ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka pendanaan yang bersifat internal ataupun eksternal akan semakin mudah untuk diperoleh (Widyantari dan Yadnya, 2017). Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Kondisi ini menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Ekspektasi investor berupa perolehan dividen

dari perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal.

2.1.4. Profitabilitas

Menurut Husnan (2015) dalam Dewi dan Rahyuda (2020) profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasionalnya. Jika profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan semakin tinggi, maka kemampuan perusahaan menarik investor untuk melakukan pendanaan kepada perusahaan akan semakin mudah. Banyaknya investor yang menanamkan modalnya maka akan semakin besar harga saham perusahaan tersebut yang nantinya bisa meningkatkan nilai perusahaan (Pratiwi dan Aligarh, 2021). Selain itu profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode (Horne dan Wachowicz, 2005 dalam Dewantari, dkk, 2019).

2.1.5. Utang

Utang adalah kesanggupan emiten dalam melaksanakan kewajibannya. Utang digambarkan untuk melihat seberapa jauh aset perusahaan dibiayai oleh utang dibandingkan dengan modal sendiri (Putra dan Putra, 2020). Ketika utang turun maka nilai perusahaan naik, sedangkan ketika utang naik terlalu tinggi, nilai perusahaan akan turun karena tingkat utang yang tinggi akan berpengaruh terhadap laba sehingga nilai perusahaan akan turun. Semakin tinggi pembiayaan eksternal perusahaan, semakin tinggi beban yang harus ditanggung dan dengan demikian kemungkinan kebangkrutan (Hertina dkk, 2019 dalam Nurhidayah, 2021). Menurut Salim, dkk (2020) selain dapat menyebabkan kebangkrutan, entitas penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena penggunaan utang dapat menghemat pajak dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan jika dialokasikan pada pembiayaan yang dapat menghasilkan pemasukan bagi perusahaan.

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Novilijan, 2016 dalam Suardana dkk, 2020).

Hasil ini sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka investor akan lebih tertarik untuk membeli sahamnya. Hal ini karena ukuran perusahaan yang besar merupakan sinyal bagi investor, dimana perusahaan memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil dan lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan sehingga akan lebih menarik bagi investor untuk membeli sahamnya sehingga akan mendorong naiknya nilai perusahaan (Putra dan Putra, 2020).

H₁: Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.2.2. Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Profitabilitas dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan, maka prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik bagi investor. Tingginya profitabilitas perusahaan maka harga saham akan semakin tinggi dan akan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan (Dewi dan Rahyuda, 2020). Hasil ini sesuai dengan teori sinyal yaitu profitabilitas perusahaan yang tinggi menunjukkan efisiensi dalam perusahaan sehingga terlihat bahwa kinerja perusahaan baik dan investor akan merespon sinyal positif tersebut dan meningkatkan nilai perusahaan (Putra dan Putra, 2020).

H₂: Diduga profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.2.3. Hubungan Utang dengan Nilai Perusahaan

Menurut Putra dan Putra (2020) utang adalah salah satu sumber pembiayaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai kebutuhan dananya. Perusahaan yang baik harus memiliki komposisi modal yang lebih besar dibandingkan utangnya. Sebagai salah satu sumber pendanaan perusahaan, penggunaan utang memiliki risiko lebih besar dibanding dengan penggunaan modal sendiri, jika pengelolaan utang tepat dalam menjalankan operasional perusahaan, maka utang dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham perusahaan di pasar modal (Ayuningtyas dkk, 2020). Hasil ini sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa utang memberikan informasi atau isyarat mengenai aktiva dan modal perusahaan karena utang yang tinggi akan meningkatkan keyakinan akan aktiva dan modal perusahaan (Putra dan Putra, 2020). Apabila pengelolaan aktiva yang didanai oleh utang baik, maka akan meningkatkan laba perusahaan (Aranta, 2021). Perusahaan dengan penggunaan tingkat utang yang tinggi akan menaikkan laba per lembar saham yang akhirnya akan meningkatkan harga saham perusahaan yang berarti meningkatkan nilai perusahaan (Perwira, 2017).

H₃: Diduga utang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai sumber datanya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan 8 sampel perusahaan dari 27 populasi perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI. Nilai perusahaan digunakan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan utang. Teknik analisis data yang pertama dilakukan yaitu melakukan perhitungan variabel sesuai dengan definisi operasional. Setelah itu melakukan analisis deskriptif statistik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis.

3.1. Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan menggunakan proksi *Price to book value* (PBV) berdasarkan Setiawan, dkk (2021):

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham Per Lembar}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

3.2. Ukuran Perusahaan

Penelitian yang dilakukan menggunakan proksi logaritma natural total aktiva berdasarkan Setiawan dkk, (2021):

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma Natural Total Aktiva}$$

3.3. Profitabilitas

Penelitian yang dilakukan menggunakan proksi *Return on Asset* (ROA) yang merujuk pada penelitian Putra dan Putra (2020):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

3.4. Utang

Penelitian yang dilakukan menggunakan proksi *Debt to Asset Ratio* (DAR) yang merujuk pada penelitian Putra dan Putra (2020).

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UP	40	12,61	18,91	15,4083	1,88768
ROA	40	-0,12	0,23	0,0990	0,07983
DAR	40	0,07	0,92	0,3665	0,19601
PBV	40	0,74	5,61	2,7525	1,57231

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dijelaskan bahwa dari 40 observasi, ukuran perusahaan selama periode penelitian memiliki nilai minimum sebesar 12,61% nilai maksimum 18,91% nilai rata-rata (*mean*) 15,4083% dan tingkat penyimpangan penyebaran data (standar deviasi) sebesar 1,88768%. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya dengan selisih 13,52062% artinya ukuran perusahaan mempunyai variasi data yang kecil.

Berdasarkan Tabel 1 dijelaskan bahwa dari 40 observasi, *Return on Asset* (ROA) selama periode penelitian memiliki nilai minimum sebesar -0,12% nilai maksimum 0,23% nilai rata-rata (*mean*) 0,0990% dan tingkat penyimpangan penyebaran data (standar deviasi) sebesar 0,07983%. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya dengan selisih 0,01917% artinya *Return on Asset* (ROA) mempunyai variasi data yang kecil.

Berdasarkan Tabel 1 dijelaskan bahwa dari 40 observasi, *Debt to Asset Ratio* (DAR) selama periode penelitian memiliki nilai minimum sebesar 0,07% nilai maksimum 0,92% nilai rata-rata (*mean*) 0,3665% dan tingkat penyimpangan penyebaran data (standar deviasi) sebesar 0,19601%. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya dengan selisih 0,17049% artinya *Debt to Asset Ratio* (DAR) mempunyai variasi data yang kecil.

Berdasarkan Tabel 1 dijelaskan bahwa dari 40 observasi, *Price to Book Value* (PBV) selama periode penelitian memiliki nilai minimum sebesar 0,74% nilai maksimum 5,61% nilai rata-rata (*mean*) 2,7525% dan tingkat penyimpangan penyebaran data (standar deviasi) sebesar 1,57231%. Nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya dengan selisih 1,18019% artinya *Price to Book Value* (PBV) mempunyai variasi data yang kecil.

4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

<i>Test Statistic</i>	0,071
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel V.2 diatas dapat diketahui bahwa uji normalitas dengan uji *Kolmogorov Smirnov* memiliki nilai *Asymp. Sig. 2-tailed* signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200 maka H_0 diterima yang berarti model regresi yang digunakan mempunyai distribusi data yang normal.

4.2.2. Uji Multikolinieritas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
UP	0,848	1,179	Tidak terjadi multikolinieritas
ROA	0,909	1,100	Tidak terjadi multikolinieritas
DAR	0,880	1,136	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji pada Tabel V.3 menunjukkan bahwa semua variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini terlihat bahwa semua nilai tolerance dari variabel nilainya $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

4.2.3. Uji Autokorelasi

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi Runs Test

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,149

Sumber: Data diolah, 2022

Syarat tidak terjadi autokorelasi pada *run test* yaitu apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> 0,05$. Hasil olah data diperoleh nilai *Asymp. Sig.*

(2-tailed) sebesar 0,149 itu artinya lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi autokorelasi.

4.2.4. Uji Heterokedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
UP	0,135	Tidak terjadi heteroskedastisitas
ROA	0,709	Tidak terjadi heteroskedastisitas
DAR	0,138	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2022

Dari Tabel V.5 terlihat bahwa semua variabel independen menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	B	t _{hitung}	t _{tabel}	Keputusan
(Constant)	-0,697	-0,413	1,6883	
UP	0,156	1,334	1,6883	H ₁ ditolak
ROA	10,977	4,097	1,6883	H ₂ diterima
DAR	-0,131	-0,118	1,6883	H ₃ ditolak

Sumber: Data diolah, 2022

Dari hasil uji hipotesis pada Tabel V.6 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel Ukuran Perusahaan (UP) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel V.6 dapat dijelaskan variabel ROA memiliki nilai koefisien sebesar 0,156 dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,334 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,6883 pada derajat signifikan 5%. Sehingga nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,334 < 1,6883$). Hal ini berarti hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan (UP) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (UP) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel V.6 dapat dijelaskan variabel ROA memiliki nilai koefisien sebesar 10,977 dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,097 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,6883 pada derajat signifikan 5%. Sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,097 > 1,6883$). Hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan diterima. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel utang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel V.6 dapat dijelaskan variabel utang memiliki nilai koefisien sebesar -0,131 dengan

nilai t_{hitung} sebesar -0,118 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,6883 pada derajat signifikan 5%. Sehingga nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} (-0,118 > 1,6883). Hal ini berarti hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Utang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak. Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Utang berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.4. Hasil Uji Determinasi

Niali dari *adjusted R²* sebesar 0,344, maka dapat diartikan bahwa 34,4% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari tiga variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan utang, sedangkan sisanya sebesar 65,6% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian ini. Berikut hasil uji determinasi dapat dilihat pada Tabel V.7 di bawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji Determinasi

Model	<i>Adjusted R Square</i>
1	0.344

Sumber: Data diolah, 2022

4.5. Pembahasan

4.5.1. Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020, sehingga H_1 ditolak. Artinya jika ukuran perusahaan mengalami kenaikan maka akan berpengaruh terhadap kenaikan nilai perusahaan, tetapi pengaruhnya kecil. Begitu sebaliknya jika ukuran perusahaan mengalami penurunan maka akan berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan, tetapi pengaruhnya kecil.

Menurut Pratiwi dan Aligarh (2021) ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka pendanaan yang bersifat internal ataupun eksternal akan semakin mudah untuk diperoleh (Widyantari dan Yadnya, 2017). Hasil ini sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka investor akan lebih tertarik untuk membeli sahamnya. Hal ini karena ukuran perusahaan yang besar merupakan sinyal bagi investor, dimana perusahaan memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil dan lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan sehingga akan lebih menarik bagi investor untuk membeli sahamnya sehingga akan mendorong naiknya nilai perusahaan (Putra dan Putra, 2020).

Hasil penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan atau besar kecilnya perusahaan dianggap tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan investor membeli saham sebuah perusahaan tidak hanya ditinjau dari seberapa besar aset perusahaan namun juga dari sisi laporan keuangan, nama baik

dan juga kebijakan dividen. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Widyantari dan Yadnya (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.5.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 sehingga H₂ diterima. Artinya jika Profitabilitas mengalami kenaikan maka akan berpengaruh terhadap kenaikan nilai perusahaan. Begitu sebaliknya jika Profitabilitas mengalami penurunan maka akan berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan.

Menurut Pratiwi dan Aligarh, (2021) Jika profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan semakin tinggi, maka kemampuan perusahaan menarik investor untuk melakukan pendanaan kepada perusahaan akan semakin mudah. Banyaknya investor yang menanamkan modalnya maka akan semakin besar harga saham perusahaan tersebut yang nantinya bisa meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan yang tinggi menunjukkan efisiensi dalam perusahaan sehingga terlihat bahwa kinerja perusahaan baik dan investor akan merespon sinyal positif tersebut dan meningkatkan nilai perusahaan (Putra dan Putra, 2020)

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Indrayani, dkk (2021), yang menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Dewi dan Rahyuda (2020).

4.5.3. Pengaruh Utang terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa utang berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020, sehingga H₁ ditolak. Artinya jika utang mengalami kenaikan maka akan berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan, tetapi pengaruhnya kecil. Begitu sebaliknya jika utang mengalami penurunan maka akan berpengaruh terhadap kenaikan nilai perusahaan, tetapi pengaruhnya kecil.

Utang adalah kesanggupan emiten dalam melaksanakan kewajibannya. Utang digambarkan untuk melihat seberapa jauh aset perusahaan dibiayai oleh utang dibandingkan dengan modal sendiri (Putra dan Putra, 2020). penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena penggunaan utang dapat menghemat pajak dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan jika dialokasikan pada pembiayaan yang dapat menghasilkan pemasukan bagi perusahaan. Hasil ini sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa utang memberikan informasi atau isyarat mengenai aktiva dan modal perusahaan karena utang yang tinggi akan meningkatkan keyakinan akan aktiva dan modal perusahaan (Putra dan Putra, 2020).

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Lestari, dkk, (2021) yang menunjukkan bahwa utang berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Kesimpulan, Saran dan Keterbatasan

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020), maka dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel utang berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

5.2. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti ajukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya hendaknya menambah jumlah sampel penelitian dengan menambah tahun penelitian, karena sangat dimungkinkan sedikitnya jumlah sampel berpengaruh terhadap hasil penelitian.
2. Penelitian selanjutnya disarankan dapat menambah variabel independen atau faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti *Earning per Share*, likuiditas, dan *Return on Equity*.

5.3. Keterbatasan

Pada penelitian ini, peneliti mengalami keterbatasan yang menghambat hasil penelitian agar sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Adapun keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan yang dilakukan hanya pada periode 2016-2020, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini terbatas.
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan utang untuk mengetahui pengaruh terhadap nilai perusahaan.

6. Referensi

- [1] Aprilia, M., & Triyonowati, T. (2021) 'Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage di Bei', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 1, 1-17.
- [2] Aranta, B. A. (2021). 'Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2019', *Doctoral dissertation*, UIN Raden Fatah Palembang, 2, 137-155.
- [3] Ayuningtyas, Y., Wiyani, W., & Susilo, E. A. (2020) 'Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi, dan Profitabilitas dalam Mengungkit Nilai Perusahaan', *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1, 34-39
- [4] Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020) 'Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages di Bei' *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2, 74-83.
- [5] Dewi, K. Y., & Rahyuda, H. (2020) 'Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI', *E-Jurnal Manajemen*, 4, 1252-1272.

- [6] Indrayani, N. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021) "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan." *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 3, 2716-2710.
- [7] Nurhidayah, W. (2021) 'Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Kebijakan Utang, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Kesehatan Industri Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020' *Doctoral dissertation*, Universitas Pancasakti Tegal.
- [8] Perwira, H. A. (2017) 'Pengaruh Hutang dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015', Skripsi, Sumatra Utara, Universitas Sumatera Utara.
- [9] Pratiwi, H. R., & Aligarh, F. (2021) 'Pengaruh Koneksi Politik, Kepemilikan Keluarga, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan', *Japp: Jurnal Akuntansi, Perpajakan, dan Portofolio*, 1, 12-22.
- [10] Putra, I P. P. E. & Putra, I M. P. D. (2020) 'Pengaruh Profitabilitas, Hutang dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman', *E-Jurnal Akuntansi*, 8, 2115-2126.
- [11] Sagala, L. A., Panjaitan, M., & Krystinawati, T. (2020) 'Pengaruh Hutang, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2015-2017', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3, 924-937.
- [12] Salim, M. S., Askandar, N. S., & Malikah, A. (2020) 'Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Hutang terhadap Nilai Perusahaan LQ 45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2014-2018', *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 1, 1-11.
- [13] Setiawan, M. R., Susanti, N., & Nugraha, N. M. (2021) 'Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan', *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 1, 208-218.
- [14] Suardana, I. K., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2020) 'Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan', *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 2, 137-155.
- [15] Suryandani, A. (2018) 'Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate', *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 1, 49-59.
- [16] Widyantari, N. L. P., & Yadnya, I. P. (2017) 'Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage', *E-Jurnal Manajemen Unud*, 12, 6383-6409.
- [17] Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019) 'Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman', *E-Jurnal Manajemen*, 4, 2297-2324.