

PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Selsa Kurniawati Putri, Muslichah Muslichah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkececwara

Email: selsakurniawatiputri@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of profitability and leverage on firm value. The population of this research is the food and beverage sector companies which are listed on the IDX for 2019-2021, totaling 72 companies. By using purposive sampling, the samples used in this study were 26 companies and 78 observational data. The results showed that profitability has an effect on firm value, but leverage has no effect on firm value. The results of this study provide an overview to investors regarding the value of the company so that it can be used as a guide before making an investment. Furthermore, the results of this study also provide an overview for the company regarding the variables that need to be the focus of the company so that the firm's value can be increased.

Keywords: Profitability, leverage, firm value

1. PENDAHULUAN

Masa pandemi secara tidak langsung berdampak pada perekonomian di Indonesia. Keadaan pandemi saat ini melahirkan persaingan yang ketat untuk perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia terutama dalam bidang makanan & minuman. Dengan adanya keadaan ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja mereka sehingga tujuan dari perusahaan tersebut tetap dapat tercapai. Perusahaan yang dapat berfokus pada laba dapat meningkatkan nilai perusahaan, ketika nilai perusahaan tersebut meningkat kesejahteraan pemilik maupun pemegang saham akan terlindungi.

Nilai perusahaan merupakan penentuan yang diberikan oleh investor untuk tingkat kesuksesan pada suatu perusahaan dan kerap dihubungkan dengan harga saham. Perusahaan yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan ialah hal yang sangat penting yang perlu dilakukan dan manager perusahaan harus mampu mencapainya karena kinerja yang baik berpengaruh juga terhadap meningkatnya nilai perusahaan dan juga harga saham perusahaan (Dewi & Praptoyo, 2022). Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai

variabel, antara lain profitabilitas dan *leverage*. Variabel tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena profitabilitas merupakan pengukuran yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, sedangkan *leverage* merupakan alat ukur untuk meningkatkan modal pada perusahaan apabila *leverage* perusahaan meningkat maka dengan mudahnya untuk mendapatkan modal baik dari pihak internal maupun eksternal.

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba setiap tahunnya pada tingkat penjualannya. Oleh karena itu Profitabilitas di perkirakan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas juga untuk membuktikan keberhasilan sebuah perusahaan dalam mengembangkan keuntungan dan kinerja perusahaan. Profitabilitas akan menunjukan keseimbangan pendapatan serta kapabilitasnya dalam menghasilkan laba dalam berbagai operasinya. Maka dari itu profitabilitas mampu memperlihatkan efektivitasnya terhadap keberhasilan manajemen perusahaan secara menyeluruh. Jika sebuah perusahaan tidak bisa

menghasilkan Profitabilitas yang cukup, maka perusahaan tersebut tidak mampu mengembangkan perusahaannya dan kinerja perusahaan tersebut akan menurun. Profitabilitas yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada para investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan tetapi hasil penelitiannya masih tidak konsisten. Beberapa penelitian menunjukkan pengaruh positif (Anisa, Hermuningsih, & Maulida, 2022; Irawan et al., 2022; Dina & Wahyuningtyas, 2022; Dewi & Praptoyo, 2022; Sari & Marsoyo, 2022; Rusyanto, Van Rate & Untu, 2022; Anggraini & Agustiningsih, 2022), pengaruh negatif (Ilyas & Hertati, 2022), tidak berpengaruh (Dewi & Susanto, 2022; Sari, Hermuningsih & Maulida, 2022).

Leverage merupakan alat untuk mengukur peningkatan modal perusahaan yang di biyai oleh hutang dan dibandingkan dengan total hutang pada seluruh aset perusahaan. *Leverage* juga dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar *leverage* perusahaan maka perusahaan tersebut dengan mudanya mendapatkan sumber dana baik dari pihak internal maupun eksternal. *Leverage* juga dapat dijadikan alat untuk memperoleh modal dari para investor. Penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan tetapi hasil penelitiannya masih tidak konsisten. Beberapa penelitian menunjukkan pengaruh positif (Dewi & Praptoyo, 2022; Sari & Wahidahwati, 2021; Sutama & Lisa, 2018; Tumanan & Ratnawati, 2021; Astakoni & Wardita, 2020; Sari & Wahidahwati, 2021), pengaruh negatif (Ndruru, et.al, 2020; Irawan et al., 2022; Aryani & Fauzi, 2023), tidak berpengaruh (Bagaskara et al., 2021; Anisa et al., 2022; Sari et al., 2022; Fikriyah & Suwanti, 2022; Alwan, 2023; Munzir et al., 2023). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan kekonsistenan hasil, penelitian dengan topik ini menarik untuk diteliti.

Penelitian ini merupakan penelitian pengulangan dari penelitian sebelumnya, dengan mengkaji pengaruh profitabilitas dan *leverage*

terhadap nilai perusahaan. Adapun hipotesis yang dikembangkan penelitian ini yaitu:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausalitas. Penelitian ini bermaksud mengkaji pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen (bebas) yaitu *leverage* (X_1) dan profitabilitas (X_2) dan variabel dependen (terikat) ialah nilai perusahaan (Y).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah perusahaan food & beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang sebanyak 72 perusahaan. Sedangkan untuk pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang sesuai dengan kriteria yang di tentukan peneliti agar mendapatkan sampel yang respresentif. Berdasarkan teknik tersebut sampel yang di dapat sebanyak 26 perusahaan dengan total 78 pengamatan. Kriteria dalam pemilihan sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur dalam sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode penelitian yaitu 2019-2021, (2) Perusahaan manufaktur yang telah mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode penelitian 2019-2021, (3) perusahaan yang tidak mengalami kerugian.

Tabel 1.

Definisi Operasional dan Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Nilai Perusahan	Tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya	Price to Book Value (PBV) = Harga per lembar saham : Nilai buku per lembar saham

Profitabilitas	Kemampuan perusahaan untuk memperoleh tingkat pengembalian atau laba yang tersedia bagi pemegang saham	ROE = Laba bersih setelah pajak : Ekuitas pemegang saham
Leverage	pendanaan suatu perusahaan yang berasal dari penggunaan utang	DER = total utang : total ekuitas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

1. Statistik Deskriptif

Tabel 2.
Statistik Deskriptif

	Mean	Min	Max	Std deviation
Profitabilitas	16,835	0,05	99,96	24,364
Leverage	81,231	0,1	31,05	318,466
Nilai perusahaan	2,535	0,04	17,23	2,961

Sumber: data diolah tahun 2023

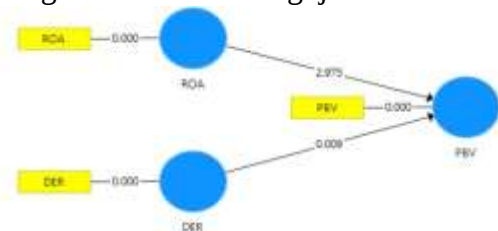
Berdasarkan tabel tersebut, menggambarkan nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata, nilai standar deviasi pada variabel penelitian ini dengan N sebanyak 96 selama tiga tahun 2019-2021 yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel profitabilitas perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 mendapatkan nilai minimum sebesar 0,05 dan nilai maksimum sebesar 99,96. Rata-rata yang di dapat dari perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 ialah 16,835 dan untuk nilai standar deviasi sebesar 24,264. Artinya, ketika standar deviasi lebih besar dari mean maka data profitabilitas terdapat penyimpangan yang cukup tinggi dari kumpulan data.
2. Variabel leverage perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 memperoleh nilai minimum sebesar 0,1. Nilai maksimum

yang diperoleh sebesar 31,05. Nilai rata-rata yang diperoleh dari *leverage* perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 sebesar 81,231. Hasil nilai standar deviasi yang diperoleh sebesar 318,466. Artinya, standar deviasi lebih besar dari mean maka terdapat sedikit penyimpangan dari penyebaran kumpulan data.

3. Variabel nilai perusahaan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 memiliki nilai minimum sebesar 0.00. Nilai maksimum yang di dapat sebesar 62,56. nilai rata-rata yang di dapat dari nilai perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 sebesar 4,529 dan nilai standar deviasi sebesar 9,654. Artinya, penyebaran data bervariasi karena nilai standar deviasi lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata

2. Diagram Jalur dan Pengujian Model



Gambar 1. Diagram Jalur

Goodness of fit pada PLS dapat diketahui dari nilai Q². Nilai Q² memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (R-square / R²) dalam analisis regresi. Semakin tinggi R², maka model dapat dikatakan semakin fit dengan data. Nilai Q-Square lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai predictive relevance, sedangkan nilai Q-Square kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance (Imam Gozali, 2006). Dari tabel dapat diketahui nilai Q² sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2) \\ = 1 - (1 - 0,0117)$$

$$= 1 - 0,9883$$

$$= 0,0117$$

Jika nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki *predictive relevance*, sebaliknya jika nilai $Q^2 \leq 0$ menunjukkan model tidak memiliki *predictive relevance*. Berdasarkan perhitungan diatas, nilai Q^2 mendapatkan hasil 0,0117 atau sebesar 1,17% dapat diartikan bahwa model memiliki *predictive relevance*.

3. Hasil pengujian hipotesis

Tabel 3.
Koefisien Jalur

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Stat	P Values
P → NP	0,341	0,335	0,115	2,975	0,003
L → NP	0,001	-0,024	0,068	0,009	0,993

Sumber : Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel data di atas, hasil *path coefficient* uji pengaruh dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai *P value* $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai *p value* $0,993 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yaitu *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3.2. Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Temuan penelitian ini menunjukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Ningsih & Sari, 2019, Anisa,

Hermuningsih, & Maulida, 2022; Irawan, Irawan et al., 2022; Dina & Wahyuningtyas, 2022; Dewi & Praptoyo, 2022; Sari & Marsoyo, 2022; Rusyanto, Van Rate & Untu, 2022; Anggraini & Agustiningih, 2022).

Temuan ini mengindikasikan bahwa profitabilitas yang tinggi berpengaruh dalam kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang di dapat oleh perusahaan semakin besar pada kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini dapat berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

Signaling theory menjelaskan bahwa sinyal yaitu suatu tindakan yang diambil seorang manajer perusahaan guna memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang peluang perusahaan (Dewi & Saputra, 2019). Maka, hal tersebut dapat memicu adanya permintaan saham dari para investor dan memberikan respon yang positif berupa kenaikan harga saham dan kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Berdasarkan dari *signaling theory* merupakan semakin tinggi rasio profitabilitas maka menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja dan prospek jangka panjang yang sangat baik, sehingga hal ini menjadi sinyal positif bagi para investor bahwasanya perusahaan memiliki pengembalian atas dana investasi yang tinggi kepada investor (Putra & Widati, 2022).

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Besarnya hutang yang dimiliki tidak menjamin perusahaan tersebut mempunyai prospek yang tidak baik begitu juga kecilnya hutang perusahaan tidak menjadi jaminan perusahaan tersebut mempunyai prospek baik. Maka dari itu hal tersebut bukan menjadi salah satu aspek yang

diperhatikan oleh investor dalam menanamkan modal pada perusahaan. Karena investor berharap bahwa berinvestasi untuk mendapatkan *return*, jadi dalam hal ini kemungkinan investor hanya melihat *return* yang diperoleh tanpa melihat besar kecilnya hutang. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Jiarni, 2019, Bagaskara et al., 2021; Anisa et al., 2022; Sari et al., 2022; Alwan, 2023; Munzir et al., 2023)

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan 2 temuan utama. Pertama, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019 – 2021. Kedua, hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019 – 2021.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Penelitian ini hanya mengukur variabel penelitian menggunakan kerangka waktu tiga tahun, (2) Penelitian ini tidak membedakan penggunaan utang dari obligasi atau utang bank jangka panjang.

Beberapa saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya yang dapat dilakukan yaitu: (1) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pengukuran variabel dengan menggunakan kerangka waktu yang lebih panjang seperti lima tahun dan enam tahun, (2) Penelitian selanjutnya dapat mereplikasi penelitian ini dengan menggunakan variabel lainnya yang belum dibahas pada penelitian ini, misalnya tata kelola, tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan.

5. REFERENCE

- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(2), 321-335.
- Alwan, A. R. A. (2023). Analisis Profitabilitas Leverage Dan Konsentrasi Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan LQ45. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 5(2), 206-218.
- Aryani, D. N., & Fauzi, R. (2023). Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Pada Perusahaan Pertambangan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 572-586.
- Anggraini, C., & Agustiningsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 1842-1859.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021, January). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. In *Forum Ekonomi* (Vol. 23, No. 1, pp. 29-38).
- Dina, D. A. S., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020: Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36-49.
- Dewi, C., & Susanto, L. (2022). Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, kepemilikan institusional, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(2), 540-549.
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(2).

- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(3).
- Fikriyah, U., & Suwarti, T. (2022). Pengaruh Tax Avoidance, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(02), 541-549.
- Hariato, R., & Hendrani, A. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Fair Value: *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(9), 3894-3902.
- Irawan, A., Setiawan, S., & Andini, R. D. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan LQ45. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 1-14.
- Ilyas, M., & Hertati, L. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Modal Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 11(2), 190-205.
- Jiarni, T. (2019). Nilai perusahaan: Leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan. *JUARA: Jurnal Riset Akuntansi*, 9(2).
- Ningsih, S., & Sari, S. P. (2019). Analysis of the effect of liquidity ratios, solvability ratios and profitability ratios on firm value in go public companies in the automotive and component sectors. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(04).
- Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihaloho, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh likuiditas, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 390-405.
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 3(2), 153-165.
- Rusyanto, J. V., Van Rate, P., & Untu, V. N. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Firm Size, Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2019. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 514-525.
- Sari, A. R., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2022, January). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, profitabilitas, dan tingkat suku bunga (bi rate) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2016-2020. In *Forum Ekonomi* (Vol. 24, No. 1, pp. 1-12).
- Sari, D. I., & Marsoyo, S. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Artikel Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 2(2), 186-194.
- Sari, D. K., & Wahidahwati, W. (2021). Pengaruh pengungkapan sustainability report, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(4).