

NILAI PERUSAHAAN: LEVERAGE, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN

Tiwi Jiarni¹

St. Dwiwarso Utomo²

(Universitas Dian Nuswantoro)

²dwiwarso.utomo@dsn.dinus.ac.id

Abstract

An increase in firm value is the company's main objective, by increasing the share price. High share price would make the market believe in the company's performance and its prospects in the future. This study aims to determine the significant effect of leverage, profitability, firm size on firm value. The population of study is food and beverage companies listed in Indonesia Stock Exchange over the period 2012-2015, amounted of 20 companies. Determination of the number of samples in this study using purposive sampling method. Analysis technique in the study is multiple linear regression using SPSS as data processing. Based on the analysis found that leverage have no effect on the firm value, profitability have a significant effect on firm value, and the firm size have no effect on the firm value.

Keywords: leverage, profitability, company size, firm value.

I. PENDAHULUAN

Adanya kasus memanipulasi laporan keuangan yang dilakukan oleh PT Timah, Tbk. Pada tahun 2015 menyebabkan penurunan kepercayaan para investor pada laporan keuangan PT Timah, Tbk. Pada semester 1 tahun 2015 menyebutkan bahwa efisiensi serta strategi yang telah membuahkan hasil yang positif. Padahal kenyataannya laporan keuangan pada semester 1 tahun 2015, menunjukkan bahwa laba operasi rugi sebesar Rp 59 milyar. Selain mengalami penurunan laba, PT Timah juga mencatatkan peningkatan utang hampir 100% dibanding tahun 2013. Pada tahun 2013, utang perseroan mencapai Rp 2,3 triliun pada tahun 2015. Hal ini juga akan berdampak *negative* terhadap nilai perusahaannya, sehingga tidak adanya kepercayaan lagi dari investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut (Okezone, 2015).

Persepsi investor dalam tahap keberhasilan perusahaan juga dapat digambarkan melalui nilai perusahaannya, naiknya nilai perusahaan atas meningkatnya harga saham dapat membuat pasar percaya terhadap kinerja perusahaan serta prospeknya dimasa mendatang. Meningkatkan laba perusahaan serta memaksimalkan nilai perusahaan adalah target utama suatu perusahaan yang berkaitan dengan meningkatnya kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Menurut Sambora, dkk (2014)

setiap perusahaan memiliki keinginan yang tinggi terhadap nilai perusahaan yang baik, meningkatnya nilai perusahaan juga akan menunjukkan kesejahteraan bagi pemegang saham itu sendiri.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage*, *leverage* dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* juga sebagai suatu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan modal dan keuntungan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat dalam suatu perusahaan. Sehingga akan membuktikan semakin besarnya *leverage* dapat menunjukkan risiko investasi juga semakin besar. *Leverage* perlu dikelola karena tingginya hutang yang digunakan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Novari dan Lestari, 2016). Perusahaan yang banyak melakukan pembiayaan dengan hutang juga dinilai tidak sehat, sebab akan mempengaruhi pada penurunan laba. Peningkatan serta penurunan tingkat hutang mempunyai pengaruh pada nilai pasar.

Hutang yang berlebihan juga dapat berpengaruh *negative* terhadap nilai perusahaan (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Adapun penelitian sebelumnya menurut Novari dan Lestari (2016) menemukan, *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Bachrudin (2017) menyatakan *leverage* berpengaruh *negative* tetapi signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Sholichah (2015) serta Rudang-

ga dan Sudiarta (2016) menemukan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif.

Profitabilitas juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan, profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Semakin besar keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, dengan melihat laba yang diperoleh suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya. Apabila perusahaan mampu meningkatkan laba, maka dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang baik sehingga akan memperoleh tanggapan yang positif dari investor yang dapat meningkatkan harga saham perusahaan (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016), Dewi dan Wirajaya (2013), Rudangga dan Sudiarta (2016), Sumanti dan Mangantar (2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh (2014) variabel profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) hasil penelitian menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adapun menurut Rudangga dan Sudiarta (2016) ukuran perusahaan juga merupakan faktor yang terpenting yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, ukuran atau skala perusahaan yang semakin besar, akan berpengaruh baik terhadap perusahaan karena akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan dari eksternal maupun internal. Penelitian yang dilakukan oleh Nuraina (2012), Solichah (2015) serta Novari dan Lestari (2016), mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Tetapi berbeda dengan penelitian Dewi dan Wirajaya (2013), Pantow, dkk (2015), serta Prastuti dan Sudiarta (2016) mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari berbagai hasil penelitian dari peneliti-peneliti sebelumnya tentang faktor-faktor yang berpengaruh pada nilai perusahaan, ternyata menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian ini merupakan penelitian replika dari penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016). Namun demikian, penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian Novari

dan Lestari (2016). Pada penelitian Novari dan Lestari (2016) menggunakan objek perusahaan *Property* dan *Real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan pada penelitian ini perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dijadikan objek penelitian, karena perusahaan *food and beverage* bersifat non siklikal yang artinya bahwa perubahan industri lebih stabil dan tidak mudah berpengaruh oleh perubahan kondisi perekonomian. Meskipun terjadi krisis ekonomi, masyarakat tetap membutuhkan produk makanan dan minuman. Periode penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016) adalah 2012-2014 sedangkan pada penelitian ini menggunakan periode 2012-2015 karena ingin menunjukkan data yang lebih relevan. Originalitas dari penelitian ini terletak pada obyek penelitian yang digunakan adalah perusahaan *food and beverage*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, dan apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori Signaling

Isyarat atau signal merupakan sebuah langkah dimana manajemen didalam perusahaan memberikan petunjuk bagi investor mengenai bagaimanakah manajemen menilai prospek dari perusahaan tersebut. Teori ini menjelaskan mengenai investor dapat membedakan perusahaan yang mempunyai tingkat penilaian tinggi dan mempunyai tingkat penilaian rendah. Reaksi dari para investor mengenai prospek perusahaan yang menguntungkan berasal dari penawaran saham baru serta prospek perusahaan yang tidak menguntungkan lebih mengarah ke pendanaan dengan ekuitas luar yaitu menurunkan estimasi atas nilai perusahaan dengan menerbitkan saham baru. Penawaran saham baru adalah sebagai sinyal bagi perusahaan (Brigham dan Houston 2011).

Bachrudin (2017) mengatakan bahwa sinyal terdiri dari informasi atau promosi yang dapat berguna untuk menyatakan kondisi perusahaan jauh lebih baik daripada kondisi perusahaan yang lain. Teori ini menyatakan pemberian sinyal dapat digunakan manajer dalam meminimalisir asimetri informasi. Manajer menyerahkan informasi yang didapat dari laporan keuangan bahwa manajer menerapkan suatu kebijakan akuntansi konservatisme yang dapat memperoleh laba yang lebih berkualitas, sehingga dengan dasar ini perusahaan dapat mencegah untuk melakukan tindakan meninggikan laba serta membantu pengguna laporan keuangan untuk menyajikan laba dan aset yang tidak *overstate*.

2.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yaitu kebijakan pendanaan berhubungan dengan keputusan perusahaan untuk membiayai perusahaannya (Novari dan Lestari, 2016). Perusahaan yang mempunyai hutang memiliki kewajiban atas beban bunga serta beban pokok pinjaman. Penggunaan hutang (*external financial*) mempunyai risiko besar atas tidak terbayarnya hutang, karena pengguna hutang wajib memperhatikan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Bachrudin (2017) mengatakan pada suatu perusahaan tingkat *leverage* bisa saja berbeda dengan perusahaan satu dengan yang lainnya, atau dari periode satu ke periode yang lain dalam suatu perusahaan. Selain itu apabila hutang yang besar dapat menyebabkan resiko bagi investor sehingga akan memberikan sinyal yang ditandai dengan direaksi secara *negative* oleh investor yang berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan. Semakin besarnya *leverage* menunjukkan resiko investasi yang semakin besar, dengan rasio *leverage* yang tinggi dapat menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable* yang akan berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan.

Solichah (2015) dan Frederik, dkk (2015) menunjukkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan. Dari hasil uraian yang dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari penjualan, pendapatan investasi, aset dan modal saham tertentu (Frederik, dkk 2015). Tingginya suatu laba, akan berpengaruh juga terhadap tingginya *return* yang diperoleh oleh investor. Serta tinggi rendahnya tingkat *return* yang diperoleh investor dapat berpengaruh terhadap penilaian investor, semakin tinggi tingkat penilaian investor akan suatu saham, maka harga saham akan semakin tinggi hal ini merupakan sinyal positif. Harga saham yang tinggi dapat mempengaruhi tingkat penilaian perusahaan (Rudangga dan Sudiarta 2016).

Dewi dan Wirajaya (2013), Frederik, dkk (2015), Sumanti dan Mangantar (2015), Rudangga dan Sudiarta (2016), Novari dan Lestari (2016), menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah alat yang digunakan untuk mengukur kinerja pada suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang semakin besar akan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen yang tinggi dalam meningkatkan kinerjanya, sehingga investor akan membayar lebih mahal dalam memperoleh sahamnya, karena percaya akan memperoleh pengembalian yang begitu menguntungkan (Bachrudin, 2017). Hasil positif menunjukkan bahwa semakin tinggi ukuran suatu perusahaan akan menyebabkan nilai perusahaan semakin tinggi hal ini merupakan sinyal positif yang akan mempengaruhi peningkatan nilai suatu perusahaan.

Nuraina (2012), Solichah (2015), Novari dan Lestari (2016) membuktikan, bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Dari hasil pemaparan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

Annual report dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian ini, sehingga metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia dijadikan sebagai populasi penelitian ini. Oleh karena itu, sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria perusahaan *food and beverage* yang secara konsisten melaporkan laporan keuangan di BEI 2012-2015, mata uang rupiah digunakan dalam penyajian laporan keuangan, memiliki kelengkapan data.

Untuk memperoleh data mengenai nilai perusahaan, penelitian ini menggunakan *Price to book value* (PBV). Menurut Pantow dkk (2015) untuk memperoleh PBV dengan cara membagi antara harga pasar per saham dengan nilai buku perusahaan.

Perhitungan *leverage* diperoleh dengan cara membagi antara total hutang dengan total aset. Total hutang terdiri dari hutang lancar maupun hutang tidak lancar yang dimiliki perusahaan, sedangkan total aset diperoleh dari aset lancar ditambah dengan aset tetap yang dimiliki oleh perusahaan (Rudangga dan Sudiarta, 2016).

Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini diprosikan dengan *return on asset* (ROA). Perhitungan untuk mendapatkan ROA dengan membandingkan antara laba setelah pajak dibagi dengan total aset. Sedangkan untuk menghitung ukuran perusahaan dengan menggunakan Ln total aset. Variabel-variabel tersebut dipilih karena berdasarkan hasil dari penelitian yang diacu (Novari dan Lestari, 2016) variabel-variabel tersebut secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Regresi linier berganda digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Pengujian dengan menggunakan metode ini melalui uji asumsi klasik, antara lain uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedisitas, dan uji autokorelasi. Selain itu juga melalui uji F (uji simultan) dan uji t (uji parsial). Sehingga model penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

- Y = Nilai Perusahaan (PBV)
- α = Konstanta
- X1 = *Leverage*
- X2 = Profitabilitas (ROA)
- X3 = Ukuran Perusahaan (*Size l*)
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi parsial untuk masing-masing variabel X1, X2, X3

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari seleksi sampel yang telah dilakukan memaparkan bahwa jumlah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI dari tahun 2012-2015 sebanyak 20 perusahaan. Satu perusahaan tidak memenuhi kriteria sampel mengenai tidak menyediakan laporan keuangan secara konsisten dari tahun 2012-2015. Semua perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI dari tahun 2012-2015 menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan kurs rupiah, namun terdapat tiga perusahaan yang tidak menyajikan data secara lengkap. Sehingga yang menjadi sampel dalam penelitian ini sejumlah 16 perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI dari tahun 2012-2015. Dari 16 perusahaan tersebut, maka diperoleh 64 data pengamatan.

4.1 Hasil Pengujian Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Pada hasil penelitian ini *leverage* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, yang berarti dalam mendanai asetnya perusahaan cenderung mengenakan modal sendiri yang diperoleh dari laba ditahan serta modal saham dibanding mengenakan hutang, dengan adanya dana yang cukup pada perusahaan guna membiayai aset yang diperoleh dari modal sendiri membuat perusahaan mengurangi proporsi hutangnya (Novari dan Lestari, 2016).

Banyaknya penggunaan hutang dapat mengurangi manfaat yang diperoleh atas penggunaan hutang, sebab manfaat yang diperoleh tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan. Sehingga proporsi hutang yang rendah akan meningkatkan nilai perusahaan begitu sebaliknya pada peningkatan hutang akan menurunkan nilai perusahaan Bachrudin, (2017). *Leverage* juga sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan, sehingga hal ini akan memberikan sinyal positif bagi investor mengenai prospek perusahaan yang baik, menurut Teori Sinyal *leverage* yang menguntungkan terjadi ketika perusahaan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi (Bachrudin, 2017).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Novari dan Lestari (2016), dan Bachrudin (2017) menyakatan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rudangga dan Merta, (2016) yang men-

yatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.2 Hasil Pengujian Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin meningkatnya profitabilitas akan berpengaruh terhadap tingginya nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor maka akan mudah memperoleh dana yang cukup, serta untuk meningkatnya nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh meningkatnya kinerja perusahaan (Dewi dan Wirajaya, 2016).

Berdasarkan teori sinyal, *profit* yang tinggi mengindikasikan prospek perusahaan yang baik (Brigham dan Houston, 2001). Perusahaan yang mampu meningkatkan profitabilitas setiap tahunnya, akan mendapat sinyal positif dari pihak luar termasuk investor. Para investor juga akan percaya terhadap perusahaan yang mampu mendapatkan keuntungan besar karena pengembalian yang di dapat juga besar, sehingga hal ini merupakan sinyal positif bagi investor. Situasi ini dapat dimanfaatkan manajer perusahaan untuk mendapatkan sumber modal berbentuk saham (Novari dan Lestari, 2016).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari Sri dan Wirajaya (2013), Rudangga dan Sudiarta (2016), Pratama dan Wiksuana (2016), dan Novari dan Lestari (2016) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh (2014) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3 Hasil Pengujian Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin besarnya ukuran perusahaan belum tentu menjamin tingginya nilai perusahaan, yang berarti perusahaan besar belum tentu berani untuk melakukan investasi baru berkaitan dengan ekspansi, sebelum kewajibannya terbayar (Bachrudin, 2017). Perusahaan yang besar juga dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal, dengan kemudahan tersebut perusahaan mempunyai kemampuan dalam memperoleh dana. Sehingga para investor, meman-

dang kemudahan mengakses dalam pasar modal sebagai sinyal yang positif dan prospek yang baik (Nurhayati, 2013). Menurut *Regresi linier* memandang besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset yang dimilikinya (Husnan, 2015)

Menurut Wibawati (2014) jika ukuran sebuah perusahaan yang kecil bukan berarti harga sahamnya rendah. Saham perusahaan besar atau kecil tidak menjadi masalah bagi investor untuk membeli saham, dengan ini diharapkan investor mampu menilai pengembalian saham dimasa yang akan datang tanpa dipengaruhi besar kecilnya suatu perusahaan. Jadi investor tetap membeli saham meskipun saham tersebut akan mengalami kenaikan walaupun berasal dari perusahaan kecil. Sehingga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi penilaian perusahaan (Bachrudin, 2017).

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Sri dan Wirajaya (2013), Pantow, dkk.(2015), Prastusi dan Sudiarta (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, temuan penelitian ini tidak sejalan dengan Novari dan Lestari (2016) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

V. SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

Benang merah atau simpulan temuan penelitian ini adalah secara simultan *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun demikian secara parsial, hanya variabel profitabilitas saja yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Keterbatasan dari hasil temuan penelitian adalah nilai R² rendah, sehingga saran untuk penelitian selanjutnya adalah mempertimbangkan variabel bebas yang lainnya untuk digunakan, seperti posisi pajak, struktur aset, tingkat bunga, dan lain sebagainya agar hasil penelitian lebih baik. Implikasi dari penelitian ini adalah

Referensi

Bachrudin, Burhan. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 6,

- No.7 April 2017 ISSN 2460-0585
- Brigham, E.F dan J.F. Houston. 2011. *Manajemen Keuangan*. Edisi 8, Buku 2. Salemba Empat : Jakarta
- Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Ary Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Udayana*. Hal 358-372, Vol. 4, No.2ISSN 2302-8556
- Frederik, Priscilia Gizela, Sientje C. Nangoy dan Victoria N. Untu. 2015. Analisis Profitabilitas Kebijakan Hutang dan Price Ratio terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail Trade yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Emba*. Vol. 3, No. 1, Hal. 1242-1253.
- Fista, Bela Febriana dan Dini Widyawati. 2017. Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Vol 6. No 5.
- Munawaroh, Aisyatul. 2014. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 3, No. 4
- Novari, Milkhy Putu dan Putu Vivi Lestari. 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.
- Nurhayati, Mafizatul. 2013. Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya terhadap Kebijakan Dividend dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. Vol. 5 (2): 1-10. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Nuraina, Elva. 2012. Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang Dan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Akrual*. Vol. 4, No. 1.
- Pantow, Mawar Sharon R., Sri Murni dan Irvan Trang. 2015. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Retur On Asset, dan Struktur Modal, terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat Di Indeks LQ45. *Jurnal Emba* Hal. 961-971, Vol.3 1 Maret 2015 ISSN 2303-1174
- Pratama, I Gusti Bagus Angga dan I Gusti Bagus Wiksuana. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5 , No. 2, 1338-1367
- Prastuti, Ni Kadek Raid an I Gede Merta Sudiarta. 2016. Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 5 No 3. 1572- 1598
- Rumondor, Regina, Maryam Mangantar dan Jacky S.B. Sumarauw. 2015. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Plastik Dan Pengemasan Di BEI. *Jurnal EMBA* Hal. 159-169, Vol. 3 No. 3 Sept 2015 ISSN 2303-11
- Rudangga, I Gusti Ngurah Gede dan Gede Merta Sudiarta. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5, No.7, 4394-4422.
- Sari, Komang Ayu Novita dan Luh Komang Sudjarni. 2015. Pengaruh Likuiditas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, No 10, 3346-3374.
- Sari, Mey Rina Putri Andika. 2016. Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Transportasi. *Jurnal Ilmu Riset Akuntansi*. Vol. 5, No 9.
- Sholichah, Wulan Aminatus. 2015. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 4, No. 7, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESA) Surabaya.
- Sumanti, Jorenza Chiquita dan Marjam Mangantar. 2015. Analisis Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen dan nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Emba*. Hal. 1141-1151 Vol. 3, No. 1 Maret 201, ISSN 2303-1174.

www.idx.co.id

LAMPIRAN

Tabel 1. Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015	20
Perusahaan yang tidak menyediakan laporan keuangan secara konsisten dari tahun 2012-2015	(1)
Perusahaan yang tidak menggunakan mata rupiah saat menyajikan laporan keuangan	(0)
Perusahaan yang tidak menyediakan data secara lengkap	(03)
Jumlah sampel perusahaan	16
Jumlah data pengamatan (16 x 4 tahun)	64

Sumber : data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 2. Regresi linier Berganda

Variabel	Koefisien	t
1 (Constant)	1.338	0.088
X1	-0.472	0.223
X2	0.052	0.001
X3	-0.096	0.393
$R^2 = 0,324$	F Hitung = 9,607	
Adjusted $R^2 = 0,291$	Probabilitas = 0,000	

Sumber : Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 3. Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien	Sig.	Keterangan
X1	-0.472	0.223	Ditolak
X2	0.052	0.001	Diterima
X3	-0.096	0.393	Ditolak

Sumber : Output SPSS, data sekunder yang diolah, 2018

Tabel 2. Ringkasan Penelitian Sebelumnya

No	Nama dan tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ayu Sri Mahatma Dewi, AryWirajaya (2013)	Independen :Struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan Dependen: nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Struktur modal, profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
2.	I Gusti Ngurah Gede Rudangga, Gede Merta (2016)	Independen: ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , profitabilitas Dependen: nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.
3.	Putu Mikhy Novari, Putu Vivi Lestari (2016)	Independen: ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , profitabilitas Dependen: nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
4.	Ni Kadek Rai Pras-tusi, I Gede Merta Sudiarta (2016)	Independen : Struktur modal, kebijakan deviden, ukuran perusahaan Dependen: nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Struktur modal, kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dan <i>negative</i> terhadap nilai perusahaan.
5.	Burhan Bachrudin (2017)	Independen: ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , kepemilikan manajerial Dependen: nilai perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Ukuran perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Leverage</i> berpengaruh <i>negative</i> tetapi signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh <i>negative</i> tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

