
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi)

Pemy Christiaan

Manajemen Universitas Ichsan Gorontalo, Program Studi Manajemen

Email : pemychristiaan1802@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan, dan menguji efek mediasi dari ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019, dengan mengambil 38 perusahaan sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berdasarkan uji sobel diperoleh hasil profitabilitas mampu memediasi ukuran perusahaan ke nilai perusahaan. Tetapi profitabilitas tidak mampu memediasi *leverage* ke nilai perusahaan.

Kata kunci: ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, nilai perusahaan

Abstract

This study aims to determine the effect of firm size and leverage on profitability and firm value, and examine the mediating effect of firm size and leverage on firm value through profitability. This research was conducted in the Consumer Goods Industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2015-2019 period, taking 38 companies as research samples. The results showed that the size of the company had a significant effect on profitability. Leverage has a significant effect on profitability. Firm size has a significant effect on firm value. Leverage has a significant effect on firm value. Profitability has a significant effect on firm value. However, based on the Sobel test, the profitability results were able to mediate firm size to firm value. But profitability is not able to mediate leverage to firm value.

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

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan akan berusaha untuk mencapai tujuannya. Adapun tujuan perusahaan baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan, memakmurkan pemegang saham dan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Perusahaan yang sudah go public akan menjadi perhatian para investor dengan cara meningkatkan harga saham.

Ukuran perusahaan ialah skala yang bisa dijadikan acuan pada mengklasifikasikan perusahaan melalui total aset, log size serta nilai pasar saham. ukuran perusahaan adalah cerminan asal total aset yg dimiliki oleh perusahaan yang berskala mungil maupun berskala akbar. umumnya perusahaan berskala besar cenderung lebih mudah menerima kepercayaan berasal luar perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2016).

Selanjutnya (Meidiawati, 2016) ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total aset. Semakin besar total aset, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar juga modal yang akan ditanamkan. Semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka akan semakin meyakinkan investor untuk melihat kinerja keuangan perusahaan, tentunya secara otomatis pihak yang terkait dengan perusahaan semakin terjamin kepuasannya.

Kemudian (Kumala, 2017) ukuran perusahaan merupakan peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi yg akbar, nilai buku yg akbar serta laba yang tinggi. Sedangkan perusahaan yang kecil akan mempunyai kapitalisasi pasar yg kecil, nilai kitab yang mungil dan laba yg rendah

(Octaviany, 2019) Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan. Hal ini dikarenakan total aset masing-masing perusahaan berbeda bahkan memiliki perbedaan yang besar sehingga dapat menyebabkan nilai yang melewati batas. Untuk menghindari data tidak normal tersebut, total aset perlu diubah dalam bentuk logaritma natural. Adapun variabel ukuran perusahaan yang digunakan untuk mengukur logaritma natural (total aset) adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{total Aset})$$

Leverage merupakan keputusan pendanaan yg dilakukan oleh perusahaan yg dari asal luar perusahaan buat mendanai aktivitasnya dalam mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Leverage artinya taraf penggunaan aset serta asal dana oleh perusahaan yang memiliki porto permanen sebagai akibatnya perusahaan mampu meningkatkan potensi keuntungan pemegang saham (Oktaviarni *et al.* 2019).

(Rachmawati dan Pinem, 2015) leverage adalah kemampuan perusahaan buat memenuhi kewajiban finansialnya baik jangka pendek juga jangka panjang serta buat menghubungkan hutang perusahaan menggunakan kapital, sebagai akibatnya perusahaan yang sudah memberikan pinjaman akan memiliki kewajiban atas beban bunga dan bunga pokok pinjaman. Suatu perusahaan tentunya membutuhkan dana buat bisa menjalankan usahanya, dana tadi dapat berasal asal modal sendiri ataupun asal sumber lain, galat satunya dari pinjaman hutang.

Kemudian (Suwardika,2017) Leverage artinya kemampuan perusahaan buat memenuhi kewajiban finansialnya baik jangka pendek juga jangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan didanai dengan hutang. Perusahaan bisa memakai hutang (leverage) buat memperoleh kapital buat mendapatkan laba yang lebih tinggi.

Penelitian ini Leverage diukur memakai Debt to Equity Ratio ialah rasio yang mengukur besarnya proporsi hutang terhadap modal. Rasio ini dihitung menjadi yang akan terjadi bagi antara total hutang menggunakan modal. Rasio ini berguna buat mengetahui besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan sang kreditor menggunakan jumlah dana yang dari dari pemilik perusahaan.. baku industri Debt to Equity Ratio merupakan 90%. Adapun indikator buat menghitung Debt to Equity Ratio yaitu

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

(Pratama,2016) profitabilitas adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba pada tingkat penjualan, aset dan modal saham. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik. meningkatkan profitabilitas suatu perusahaan maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yg tinggi sehingga bisa dilihat kinerja perusahaan yang baik

Kemudian (Dunanti, 2017) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan, baik dari penjualan yang ada maupun dari total aset yang dimiliki. Sedangkan (Sunardi,2018) adalah kemampuan perusahaan untuk mencari keuntungan. Selain itu, profitabilitas jua memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan menggunakan keuntungan yang diperoleh asal penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan profitabilitas membagikan taraf efisiensi perusahaan.

Penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan Return on Asset (ROA) adalah rasio yg menunjukkan seberapa besar donasi aset dalam membangun untung higienis. dengan kata lain, rasio ini digunakan buat mengukur seberapa besar jumlah untung higienis yg akan didapatkan asal setiap rupiah dana yg tertanam dalam total aset. Kasmir (2018:196) standar rasio industri untuk ROA sebesar 30%. Adapun Indikator untuk mencari *return on asset* (ROA) adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan dan sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Harga saham adalah harga yang terjadi pada saat suatu saham diperdagangkan di pasar. (Rachmawati & Pinem, 2015). (Fatchan & Trisnawati, 2018) Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang tercermin dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang mencerminkan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

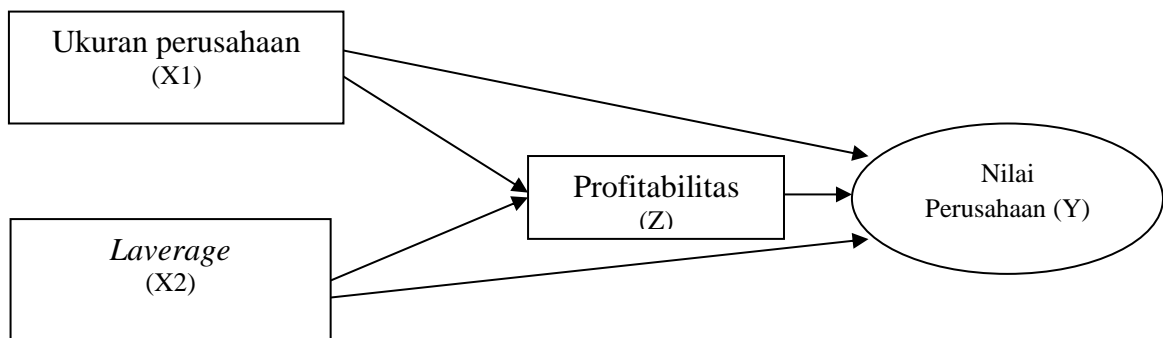
Kemudian (Rositawati, 2015) Goodwill adalah persepsi investor tentang keberhasilan perusahaan sehubungan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek masa depan perusahaan serta kinerjanya saat ini. Harga saham yang tinggi berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan Price to book value ratio (PBV) menunjukkan seberapa tinggi nilai pasar dari nilai buku saham suatu perusahaan.

Semakin tinggi rasio PBV, semakin besar kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan. PBV juga menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan nilai tetap untuk modal yang digunakan. (Octaviany,2019). Besaran standar nilai *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan yaitu 40% yang dimana diindikasikan saham yang layak untuk dipertimbangkan.

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

Berdasar teori uraian diatas maka penelitian ini disusun melalui konsep kerangka pemikiran yang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Dari gambar kerangka pemikiran tersebut maka terdapat tujuh hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Leverage berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
5. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
6. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

7. Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

METODE PENELITIAN

Survei ini menggunakan pendekatan survei asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang menggali hubungan dan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya (Sugishirono, 2015: 4). Survei ini dilakukan pada perusahaan barang konsumsi antara tahun 2015 hingga 2019, dengan menggunakan sampel sebanyak 38 perusahaan barang konsumsi.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas data survei. Kami menggunakan uji hipotesis untuk menguji korelasi parsial dan uji-f untuk menentukan hubungan pada waktu yang sama. Analisis signifikansi dalam penelitian ini menggunakan uji kepastian (R-squared).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini merupakan dengan menggunakan bantuan acara personal computer IBM SPSS for Windows versi 23. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS

Tabel 1.
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-3.022	1.700		-1.778	.078
1	ukuran perusahaan	.199	.055	.243	3.597	.000
	leverage	.226	.093	.156	2.433	.016
	profitabilitas	.731	.097	.512	7.559	.000

a. Dependent Variable: nilai perusahaan

Hubungan antara ukuran perusahaan (X_1) terhadap nilai perusahaan (Y). Hasil perhitungan SPSS diperoleh angka t_{hitung} sebesar 3,597. Tingkat signifikansi adalah 0,05 dan derajat kebebasan (DK) dibatasi sebagai berikut: $DK = n-2$ atau $152-2 = 150$. Dari keputusan tersebut, nomor tabel adalah 1,976. Berdasarkan hasil perhitungan, H_0 dibuang dan H_a diterima karena $t_{hitung} 3,597 > t_{tabel} 1,976$. Artinya, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besarnya pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebesar 0,243 atau 24,3%.

Hubungan antara *leverage* (X_2) terhadap nilai perusahaan (Y). Hasil perhitungan SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar 2,433. Tingkat signifikansi adalah 0,05 dan derajat kebebasan (DK) dibatasi sebagai berikut: $DK = n-2$ atau $152-2 = 150$. Dari keputusan tersebut, nomor tabel adalah 1,976. Berdasarkan hasil perhitungan, jika angka $t_{hitung} 2,433 > t_{tabel} 1,976$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besarnya pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,156 atau 15,6%.

Hubungan antara profitabilitas (Z) terhadap nilai perusahaan (Y). Hasil perhitungan SPSS diperoleh angka t_{hitung} sebesar 7,559 tingkat signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan: $DK = n - 2$ atau $152 - 2 = 150$. Dari ketentuan tersebut, diperoleh angka t_{tabel} sebesar 1,976. sesuai akibat perhitungan diperoleh nomor thitung sebanyak $7,559 > t_{tabel}$ 1,976 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. merupakan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besarnya efek profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 0,512 atau 51,2%.

Pengujian Pengaruh Langsung

Uji pengaruh langsung adalah cara untuk memperlihatkan seberapa jauh pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas secara individual. Untuk melihat besarnya pengaruh variabel ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap profitabilitas secara parsial digunakan uji t, sedangkan untuk melihat besarnya pengaruh digunakan angka Beta di bawah ini.

Tabel 2. Sub struktur 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-8.278	1.270		-6.516	.000
1 ukuran perusahaan	.199	.044	.346	4.524	.000
leverage	-.168	.078	-.165	2.161	.032

a. Dependent Variable: profitabilitas

Hubungan antara berukuran perusahaan (X1) terhadap profitabilitas (Z). Hasil perhitungan SPSS diperoleh nomor thitung sebanyak 4,524. Taraf signifikansi 0,05 & Derajat Kebebasan (DK) menggunakan ketentuan: $DK = n - \text{dua}$ atau $152 - \text{dua} = 150$. Dari ketentuan tersebut, diperoleh nomor t_{tabel} sebanyak 1,976. Berdasarkan output perhitungan diperoleh nomor thitung sebanyak $4,524 > t_{tabel}$ 1,976 maka H_0 ditolak & H_a diterima. Artinya, berukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Besarnya imbas berukuran perusahaan terhadap profitabilitas sebanyak 0,346 atau 34,6%.

Hubungan antara leverage (X2) terhadap profitabilitas (Z). Hasil perhitungan SPSS diperoleh nomor thitung sebanyak dua,161. Taraf signifikansi 0,05 & Derajat Kebebasan (DK) menggunakan ketentuan: $DK = n - \text{dua}$ atau $152 - \text{dua} = 150$. Dari ketentuan tersebut, diperoleh nomor t_{tabel} sebanyak 1,976. Berdasarkan output perhitungan diperoleh nomor thitung sebanyak dua,161 $> t_{tabel}$ 1,976 maka H_0 ditolak & H_a diterima. Artinya, leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Besarnya imbas leverage terhadap profitabilitas sebanyak -0,165 atau -16,5%.

Tabel 3. Sub struktur 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.022	1.700		-1.778	.078
ukuran perusahaan	.199	.055	.243	3.597	.000
leverage	.226	.093	.156	2.433	.016
profitabilitas	.731	.097	.512	7.559	.000

a. Dependent Variable: nilai perusahaan

Hubungan antara berukuran perusahaan (X_1) terhadap nilai perusahaan (Y). Hasil perhitungan SPSS diperoleh nomor thitung sebanyak 3,597. Taraf signifikansi 0,05 & Derajat Kebebasan (DK) menggunakan ketentuan: $DK = n - \text{dua}$ atau $152 - \text{dua} = 150$. Dari ketentuan tersebut, diperoleh nomor ttabel sebanyak 1,976. Berdasarkan output perhitungan diperoleh nomor thitung sebanyak $3,597 > \text{ttabel } 1,976$ maka H_0 ditolak & H_a diterima. Artinya, berukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Besarnya imbas berukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebanyak 0,243 atau 24,3%.

Hubungan antara leverage (X_2) terhadap nilai perusahaan (Y). Hasil perhitungan SPSS diperoleh nomor thitung sebanyak dua,433. Taraf signifikansi 0,05 & Derajat Kebebasan (DK) menggunakan ketentuan: $DK = n - \text{dua}$ atau $152 - \text{dua} = 150$. Dari ketentuan tersebut, diperoleh nomor ttabel sebanyak 1,976. Berdasarkan output perhitungan diperoleh nomor thitung sebanyak $\text{dua},433 > \text{ttabel } 1,976$ maka H_0 ditolak & H_a diterima. Artinya, leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Besarnya dampak leverage terhadap nilai perusahaan sebanyak 0,156 atau 15,6%.

Hubungan antara profitabilitas (Z) terhadap nilai perusahaan (Y). Hasil perhitungan SPSS diperoleh nomor thitung sebanyak 7,559 Taraf signifikansi 0,05 & Derajat Kebebasan (DK) menggunakan ketentuan: $DK = n - \text{dua}$ atau $152 - \text{dua} = 150$. Dari ketentuan tersebut, diperoleh nomor ttabel sebanyak 1,976. Berdasarkan output perhitungan diperoleh nomor thitung sebanyak $7,559 > \text{ttabel } 1,976$ maka H_0 ditolak & H_a diterima. Artinya, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Besarnya dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebanyak 0,512 atau 51,dua%.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan (X_1) Terhadap Profitabilitas (Z)

Berdasarkan hasil uji secara parsial yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai Sig ukuran perusahaan sebesar $0,000 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Z) pada perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2015-2019. Pengaruh yang signifikan dari ukuran perusahaan terhadap profitabilitas dikarenakan secara statistik telah dijelaskan bahwa nilai $t_{\text{hitung}} 4,524 > t_{\text{tabel}} 1,976$.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas karena perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019 kategori perusahaan adalah besar. Ukuran perusahaan yang besar ditunjukkan oleh tingkat

penjualan dan besarnya total asset yang dihasilkan perusahaan dalam kinerja keuangannya. Hal ini akan semakin memperluas pangsa pasar menggunakan adanya penjualan yg semakin meningkat, perusahaan bisa menutup porto yg keluar dalam ketika proses produksi. Dengan begitu, keuntungan perusahaan akan meningkat.

(Rahmadani dan Amanah, 2020) perusahaan dengan ukuran yang besar mencerminkan nilai asset yang besar. Besarnya ukuran perusahaan akan berpengaruh pada profitabilitas yang didasarkan bahwa semakin besar perusahaan, maka tingkat pertumbuhan penjualannya semakin tinggi. Hal ini membuat perusahaan memperoleh laba yang tinggi pula.

Penyebab lainnya berukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas yaitu dikalangan investor. Besarnya berukuran perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan semakin baik, sebagai akibatnya investor tertarik buat berinvestasi dalam perusahaan tadi yg nantinya akan menaikkan profit perusahaan. Menurut (Ambarwati, Yuniarta & Sinarwati, 2015) Perusahaan menggunakan berukuran akbar akan lebih gampang memperoleh kepercayaan investor buat memperoleh tambahan pendanaan yg nantinya bisa menaikkan profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian ini sinkron menggunakan penelitian terdahulu yg dilakukan sang (Dewi & Abundanti, 2019), (Ardiana & Chabachib, 2018), (Octaviany, 2019) & (Tondok, 2019) yg menyatakan berukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Tetapi tidak sama menggunakan output penelitian yg dilakukan sang (Setiadewi & Purbawangsa, 2015) yg menyatakan berukuran perusahaan nir berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh *Leverage* (X_2) Terhadap Profitabilitas (Z)

Berdasarkan hasil uji secara parsial yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *Sig leverage* sebesar $0,032 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa *leverage* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Z) pada perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2015-2019. Pengaruh yang signifikan dilihat dari variabel *leverage* terhadap profitabilitas secara statistik telah dijelaskan bahwa nilai $t_{hitung} 2,161 > t_{tabel} 1,976$.

Leverage berpengaruh terhadap profitabilitas karena perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019 melakukan pemanfaatan utangnya dengan baik untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan sehingga profitabilitas perusahaan meningkat.

Selain itu, perusahaan sektor industri barang konsumsi menggunakan pertumbuhan yg tinggi akan memerlukan dana yg nir sedikit, sebagai akibatnya pemenuhan dana mampu dihasilkan berdasarkan kapital sendiri atau pinjaman berdasarkan luar yaitu menggunakan hutang. Penggunaan hutang yg dipakai perusahaan buat menaikkan laba yg didapatkan berdasarkan penggunaan kapital sendiri atau pinjaman berdasarkan luar. Hal ini ditimbulkan apabila perusahaan mempunyai poly hutang yg wajib dibayarkan maka risiko keuangan yg wajib ditanggung perusahaan pula besar, namun perusahaan pula menerima kesempatan buat memperoleh laba yg besar. Gunde dkk (2017) *leverage* menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang-hutang

kepada pihak luar. Semakin kecil hutang maka semakin baik. Hutang yang tinggi berpengaruh terhadap perolehan laba yang menyebabkan laba perusahaan menjadi rendah. Hal ini disebabkan oleh karena pembayaran biaya-biaya yang timbul akibat hutang atau pinjaman yang lebih besar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Irmawati dan Riduwan, 2020), (Dewi dan Abundanti, 2019) dan (Octaviany, 2019) yang menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pratama dan Wiksuana, 2016), (Chen dan Oetomo 2015), Gunde, Murni dan Rogi (2017) yang menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (X₁) Terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan hasil uji secara parsial yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *Sig* ukuran perusahaan sebesar $0,000 < 0,05$ ini memberikan bahwa berukuran perusahaan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) di perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2015-2019. Adanya pengaruh yang signifikan dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dikarenakan secara statistik telah dijelaskan bahwa nilai $t_{hitung} 3,597 > t_{tabel} 1,976$.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena ukuran perusahaan yang semakin besar akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Besarnya ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Novari dan Lestari (2016) besarnya ukuran perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang baik sehingga akan semakin mudah untuk mendapatkan modal eksternal dalam jumlah yang besar, sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga meningkatkan nilai perusahaan

Ukuran perusahaan yg semakin akbar akan berkaitan menggunakan keputusan pendanaan yg akan diterapkan sang perusahaan pada mengoptimalkan nilai perusahaan. Umumnya perusahaan yg ukuran akbar cenderung lebih gampang buat menerima agama menurut pihak kreditur buat menerima asal pendanaan sebagai akibatnya bisa menaikkan nilai perusahaan. Menurut (Chumaidah & Priyadi 2020) berukuran atau skala perusahaan semakin akbar akan semakin gampang buat dianggap sang kreditur pada memperoleh pendanaan baik bersifat internal juga eksternal. Hal ini ditimbulkan lantaran perusahaan akbar cenderung mempunyai syarat yg lebih stabil menurut tahun ke tahun utamanya pada return saham pada investor. Peningkatan permintaan saham suatu perusahaan sebagai penyebab atas naiknya harga saham perusahaan yg akan menaikkan nilai perusahaan.

Selain itu, berukuran perusahaan yg akbar bisa menghipnotis minat investor pada berinvestasi disebuah perusahaan lantaran menggunakan berukuran yg akbar bisa digambarkan menggunakan keadaan keuangan perusahaan yg baik dan mempunyai prospek yg menguntungkan pada masa yg akan datang. Menurut (Sofiatin, 2020) semakin akbar berukuran suatu perusahaan meningkat juga minat investor buat menanamkan

sahamnya dibandingkan perusahaan mini lantaran perusahaan akbar mempunyai asset yg tinggi yg akan menciptakan investor tertarik buat menanamkan modalnya dalam perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sinkron menggunakan penelitian terdahulu yg dilakukan sang (Dewi & Abundanti,2019), (Ardiana & Chabachib, 2018) & (Sofiatin,2020), yg menyatakan berukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi tidak selaras menggunakan output penelitian yg dilakukan sang Octaviany (2019), Setiadewi & Purbawangsa (2015), Suwardika & Mustanda (2017) yg menyatakan bahwa berukuran perusahaan nir berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* (X₂) Terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan hasil uji secara parsial yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *Sig leverage* sebesar $0,016 < 0,05$ ini memberikan bahwa leverage (X₂) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2015-2019. Pengaruh yang signifikan dari *leverage* terhadap nilai perusahaan secara statistik telah dijelaskan bahwa nilai $t_{hitung} 2,433 > t_{tabel} 1,976$.

Selama 2015-2019, leverage berdampak pada nilai perusahaan perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI), karena utang yang tinggi meningkatkan nilai perusahaan karena pendapatan yang lebih rendah. Leverage juga merupakan salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk menambah modal guna meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini didukung oleh teori Modigliani dan Miller yang menyatakan bahwa jika suatu perusahaan dikenakan pajak penghasilan, maka memakai hutang ialah keputusan yg sempurna sang suatu perusahaan untuk menaikkan nilainya. Hal ini sebab pembayaran bunga pinjaman mengurangi beban biaya yg seharusnya dialokasikan buat pembayaran pajak, dan melalui aktivitas ini nilai EAT bisa ditingkatkan, sehingga meningkatkan keuntungan perusahaan dan penilaian pasar perusahaan.

Selain itu, leverage memberikan gambaran tentang hubungan antara hutang dan modal perusahaan, yang dapat diturunkan dari seberapa besar sumber pendanaan perusahaan ditanggung oleh hutang atau pihak eksternal dengan kemampuan perusahaan seperti yang dijelaskan oleh model. Semakin besar leverage, semakin besar risiko investasi. Menurut (Novari dan Lestari,2016), jika leverage dikelola dengan baik, nilai perusahaan meningkat karena pengurangan pajak penghasilan karena beban bunga. Namun jika penggunaan hutang tidak dikelola dengan baik dapat menyebabkan financial distress yang pada akhirnya berdampak pada turunnya nilai perusahaan

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ardiana dan Chabachib,2018), (Ndruru, dkk ,2020), (Dewi dan Sulistiyo,2020) yang menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Firda dan Efriadi (2020), Ramadhani (2018), Suwardika dan Mustanda (2017) yang menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas (Z) Terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan hasil uji secara parsial yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *Sig* profitabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa profitabilitas (*Z*) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Y*) pada perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2015-2019. Pengaruh yang signifikan dari variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan dikarenakan secara statistik telah dijelaskan bahwa nilai $t_{hitung} 7,559 > t_{tabel} 1,976$.

Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Jika keuntungan yang Anda gunakan tinggi, itu mungkin menunjukkan bahwa perusahaan Anda baik-baik saja. Jika kinerja perusahaan baik, investor akan bereaksi positif terhadap kenaikan harga saham. Menurut Maryam, Mus dan Priliyadi, (2020) besarnya laba yang dihasilkan perusahaan yang berasal dari tingkat penjualan maka akan berdampak pada naiknya harga saham. Peningkatan pengembalian perusahaan menggoda investor untuk berinvestasi di perusahaan untuk mengantisipasi keuntungan modal dan pengembalian dividen. Semakin menguntungkan suatu perusahaan, semakin tinggi keuntungan yang diharapkan investor dan oleh karena itu semakin tinggi nilai perusahaan. meningkat.

Selain itu, Profitabilitas menunjukkan keseimbangan pendapatan dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada berbagai tingkat operasi dan mencerminkan efektivitas dan keberhasilan manajemen secara keseluruhan. Jika suatu perusahaan tidak dapat menghasilkan profitabilitas yang cukup, maka tidak akan dapat mempertahankan kelangsungan usaha. Oleh karena itu, perusahaan perlu mencari sumber pendanaan eksternal untuk menjaga kelangsungan usaha. Menurut Utama dan Lisa (2018) Profitabilitas adalah kombinasi dari likuiditas, manajemen aset, dan dampak hutang terhadap kinerja, karena profitabilitas dapat menunjukkan efektivitas bisnis perusahaan. Ini mencerminkan efektivitas dan keberhasilan manajemen secara keseluruhan, karena profitabilitas adalah keseimbangan antara profitabilitas dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada tingkat operasional

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Octaviany,2019), (Dewi dan Sulistiyo,2020), Dewi dan (Abundanti,2019), Suwardika dan Mustanda (2017) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (X_1) Terhadap Nilai Perusahaan (*Y*) Dengan Profitabilitas (*Z*) Sebagai Variabel *Intervening*

Berdasarkan hasil uji *sobel test* profitabilitas (*Z*) sebagai variabel *intervening* antara ukuran perusahaan (X_1) terhadap nilai perusahaan (*Y*) menghasilkan nilai *sobel test* sebesar $4,38259004 > 1,96$ hal ini berarti variabel profitabilitas memediasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kriteria variabel mediasi sebagian (*partial mediation*).

Semakin besar perusahaan maka semakin mudah bagi perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan mencerminkan kekayaan perusahaan. Besar perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan (Setiadewi dan Purbawangsa, 2015).

Selain itu, perusahaan besar memiliki akses yang lebih baik ke sumber pendanaan eksternal daripada UKM, sehingga mereka memiliki lebih banyak sumber pendanaan

Selain itu, berukuran perusahaan yg semakin akbar akan membentuk investor tertarik buat menginvestasikan dananya dan mempunyai kondisi yang lebih stabil dalam mendapatkan keuntungan, sebagai akibatnya investor tertarik buat membeli saham pada perusahaan tersebut. syarat inilah yang sebagai penyebab naiknya harga saham perusahaan dipasar modal. Semakin banyak investor yg membeli saham perusahaan, maka akan membuat harga saham mengalami kenaikan sehingga dapat menaikkan nilai perusahaan. dari Setiadewi serta Purbawangsa (2015) ukuran perusahaan yg akbar mempunyai risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yg lebih baik terhadap kondisi pasar kapital. Perusahaan yg mempunyai ukuran yang lebih akbar mempunyai impak terhadap peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firda dan Efriadi (2020), Octaviany (2019), Dewi dan Abundanti (2019), Ardiana dan Chabachib (2018) yang menyatakan profitabilitas memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra (2018) yang menyatakan profitabilitas tidak memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* (X₂) Terhadap Nilai Perusahaan (Y) Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening*

sesuai hasil uji sobel test berasal profitabilitas (Z) sebagai variabel intervening antara leverage (X₂) terhadap nilai perusahaan (Y) membentuk nilai sobel test sebanyak $-1,96356607 < 1,96$ hal ini berarti variabel profitabilitas tak memediasi korelasi antara leverage terhadap nilai perusahaan, menggunakan kriteria variabel mediasi sebagian (partial mediation). Hal ini berarti menggunakan adanya tambahan variabel profitabilitas atau kemampuan memperoleh untung tak mensugesti leverage dalam menaikkan nilai perusahaan.

Tingginya nilai hutang yg dipergunakan perusahaan akan menurunkan laba akibat asal beban bunga yang wajib dibayarkan. sang karena itu penggunaan hutang yg tinggi bisa menurunkan untung bersih yg diperoleh perusahaan sebagai akibatnya harga saham perusahaan pula mengalami penurunan akibat berasal sinyal yang diterima investor bahwa perusahaan tidak menjanjikan prospek yg baik dimasa depan sebagai akibatnya menghipnotis nilai perusahaan. berdasarkan Mardiyah (2019) penggunaan hutang yg tinggi akan berdampak di perusahaan dimana keuntungan yang diterima tidak sebanding menggunakan biaya yang dimuntahkan sebagai akibatnya dapat menurunkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis statistik pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan berpengaruh besar terhadap profitabilitas perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Leverage berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang besar terhadap nilai perusahaan perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek.
4. Leverage berpengaruh signifikan terhadap goodwill perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Profitabilitas berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
6. Ukuran perusahaan berpengaruh besar terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan variabel intervening.
7. Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap goodwill dan merupakan variabel yang dimediasi profitabilitas untuk perusahaan di industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, N. S., G. A, Yuniarta., dan N. K, Sinarwati. 2015. Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. e- Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1. 3(1): 12-27.
- Dewi, N. P. I. Kartika, dan Nyoman Abundanti. 2019. Pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 8(5), 3028-3056.
- Dunanti, I. 2016. Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan *Jurnal maker*. 3(4), 2502-4434.
- Fatchan, I.N., & Trisnawati, R. 2018. Pengaruh Good Corporate Governance pada Hubungan antara Sustainability Report dan Nilai Perusahaan. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(1).
- Gunde, M Yulita., Sri Murni., dan Mirah H. Rogi. 2017. Analisis Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Industri Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal EMBA* 5(3)
- Hanafi, Mamduh M. dan Abdul Halim. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Irmawati, Rahayu dan Akhmad Riduwan. 2020. Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 9(5): 1-17.
- Juliana, Ahmad., dan Melisa. 2019. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan di Indonesia. *Management Insight*. 14(1): 36-50.
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

-
- Meidiawati, K. (2016). Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671-5694
- Octaviany, Ayu., Syamsul Hidayat, dan Miftahudin. 2019. Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Jurnal riset manajemen*, 3(1), 30-35.
- Oktaviarni, F.Y., Murni, dan Suprayitno B. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*. 9(1):1-16.
- Pramana, I.G.N., Agung Dwi & I Ketut Mustanda. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 561-594.
- Pratama, I Gusti B. A. dan I Gusti B. Wiksuana. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338-1367
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
- Rahmadani, Dewi Marinda dan Lailatul Amanah. 2020. Pengaruh Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 9(2): 1-16.
- Rositawati, N.F. (2015). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Edisi ke-22. Bandung: Alfabeta.
- Sunardi, N. (2018). Relevansi Struktur Kepemilikan tentang Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *Proceedings*, 1(1).
- Suwardika, I Nyoman Agus dan I Ketut Mustanda. 2017. Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6(3): 1248-1277.