Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Alni Rahmawati[1], Nabila Rizky Salsabillah[2]
Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email : alni_rahma@umy.ac.id

Article History:
Received: 18 April 2024
Revised: 04 Mei 2024
Accepted: 06 Mei 2024

Keywords: *Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi. Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dengan jenis data adalah data sekunder. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 145 sampel. Alat analisis data menggunakan moderated regression analysis (MRA) didukung dengan software Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaaan, dan ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Implikasi hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada calon investor, pada saat akan berinvestasi di perusahaan go publik dan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan khususnya nilai perusahaan.*

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, terdapat banyak para pelaku bisnis yang semakin bersaing untuk mendapatkan tujuannya agar dapat mencapai tujuan dari perusahaan (Reschiwati et al., 2020). Perusahaan juga harus memiliki kebijakan strategis dengan mengutamakan efektivitas dan efisiensi untuk dapat menjaga keberlanjutannya di dalam dunia bisnis (Saputra et al., 2022). Dengan demikian tujuan utama dari perusahaan yaitu untuk dapat memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan merupakan konsep penting yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai investasinya, yang dimana nilai perusahaan ini menjadi hal yang secara komperhensif (Iman et al., 2021).

Nilai perusahaan yang baik dan maksimal dapat memberikan dan menarik minat sumber dana yang potensial seperti investor dan kreditur bagi perusahaan (Ali et al., 2021). Hal itu juga berkaitan dengan pemaksimalan kemakmuran dari pemegang saham yang dimana kepercayaan investor menjadi instrument yang pada akhirnya memberikan atau mengangkat dari harga saham

perusahaan tersebut, sehingga peningkatan harga saham menjadi kemakmuran untuk pemegang saham dengan kata lain meningkatkan dalam nilai perusahaannya (Nur, 2019).

Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan mengalami penurunan pada periode 2022. Rata-rata dari nilai perusahaan yang diukur dengan PBV pada tahun 2018-2019 mengalami peningkatan sebesar 0,17, pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan sebesar 5,28 pada tahun 2020-2021 mengalami penurunan sebesar 1,21, dan pada tahun 2021-2022 mengalami penurunan kembali sebesar 5,36, sehingga *price book to value* (PBV) dari seluruh sektor industri dasar dan kimia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami fluktuasi ditahun 2018-2020, berbanding terbalik pada tahun 2020-2022 yang terus mengalami penurunan.

Penyebab dari penurunan tahun tersebut dikarenakan terdapat adanya kinerja keuangan yang menurun dimana perusahaan tidak mampu membayarkan hutangnya dalam jangka waktu yang sudah ditentukan. Hal itu menyebabkan terdapat penumpukan hutang, sehingga kepercayaan para investor menurun untuk menanamkan sahamnya ke perusahaan, sehingga perusahaan sektor industri dasar dan kimia harus meningkatkan kembali nilai perusahaan untuk dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor ketika ingin menanamkan sahamnya.

Nilai perusahaan yang merupakan gambaran tentang kemakmuran para pemegang saham masih menarik untuk diteliti, karena masih terjadi adanya inkonsistensi hasil penelitian para ahli. Peneliti mengidentifikasi bahwa profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan berperan penting pada nilai perusahaan. Ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pertama, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut diperkuat oleh Claudia; et al. (2022) , namun tidak sejalan dengan penelitian (Muharramah & Hakim, 2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kedua, leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut diperkuat oleh Darmawan et al. (2020), namun hal ini tidak sejalan dengan (Susesti & Wahyuningtyas, 2022) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Ketiga, ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut juga diperkuat oleh (Andriyanti, 2023) , namun tidak sejalan dengan (Astari et al., 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Keempat, ukuran perusahaan memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut diperkuat oleh Nurmadi et al. (2022) namun tidak sejalan dengan (Welly et al., 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.

Dari latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini secara parsial adalah menguji pengaruh profitabilitas, leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan menguji apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas, leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

LANDASAN TEORI

Teori Keagenan

Teori keagenan merupakan sebuah teori yang pada dasarnya terdapat di praktik bisnis perusahaan yang hingga saat ini masih digunakan, teori ini berasal dari kombinasi antara teori keputusan, teori ekonomi, teori organisasi, dan teori sosiologi (V. S. Dewi & Ekadjaja, 2021) . Dalam teori keagenan kepemilikan saham dimiliki sepenuhnya oleh pemegang saham sedangkan

untuk manajer (*agent*) diminta untuk dapat memaksimalkan tingkat pengembalian pemegang sahamnya (Lisa et al., 2022a).

Teori keagenan lebih menjelaskan tentang hubungan agensi yang muncul ketika terdapat satu atau lebih orang yang memperkerjakan orang lain untuk memberikan jasa kemudian mendelegasikan wewenang pengembalian keputusannya kepada manajer (*agent*) dalam hal ini pemilik saham (*principal*) menyerahkan dan mempercayai pengelolaan perusahaannya kepada pihak manajemen (*agent*) tersebut (V. S. Dewi & Ekadjaja, 2021) . Sehingga manajer dan pemegang saham memiliki tujuan yang sama yaitu untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan nilai perusahaan yang tinggi membuat adanya kepercayaan pasar yang tidak hanya pada kinerja keuangan perusahaan saat ini akan tetapi prospek perusahaan juga dimasa yang akan datang (Lisa et al., 2022).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh para investor ketika perusahaan tersebut akan dijual (Maimunah & Fahtiani, 2019) sedangkan menurut Astari et al (2019) nilai perusahaan merupakan salah satu cara yang dapat menentukan nilai dari suatu perusahaan dengan melihat dari berbagai sudut pandang seperti hubungan antar harga saham perusahaan dan nilainya bagi para investor. Nilai perusahaan juga ditentukan oleh hubungan harga saham perusahaan dengan persepsi dari investor terhadap perusahaan tersebut (Dolontelide & Wangkar, 2019).

Meningkatkan nilai perusahaan maka manajemen perusahaan juga harus menerapkan tata kelola perusahaan yang baik sehingga dapat mempublikasikan informasi yang dapat memberikan peningkatan nilai perusahaan (Parta & Sedana, 2018) . Semakin baik pertanggung jawaban dari perusahaan terhadap citra atau image maka semakin meningkat perusahaan tersebut (Mousa et al., 2021) . Komunikasi serta keterbukaan kepada pemegang saham juga menjadi sangat penting dalam membangun nilai perusahaan yang dimana kekayaan pemegang saham dan perusahaan ditunjukkan oleh harga saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi atas pendanaan dan manajemen asset (Reschiwati et al., 2020) . Nilai perusahaan menjadi persepsi investor terhadap perusahaan dengan sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham perusahaan merupakan harga yang dapat diterima oleh investor atau pasar, sehingga besar kecilnya nilai perusahaan dapat dicerminkan dari harga saham. Perusahaan yang ingin meningkatkan perusahaannya maka perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan dan menjalankan operasional perusahaan dengan baik (Lisa et al., 2022).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan di suatu periode tertentu, yang menjadi alat ukur untuk efektivitas operasional dari keseluruhan perusahaan tersebut (Muharramah & Hakim, 2021).

Profitabilitas memberikan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba yang dapat digunakan di seluruh modal yang dimiliki, dengan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham bergantung pada peningkatan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan, sehingga tujuan ini sangat penting untuk kelangsungan dari hidup perusahaan, meningkatkan kualitas, serta mutu produk perusahaan tersebut (Yanti & Darmayanti, 2019) . Perusahaan yang dapat memberikan hasil laba yang besar dan stabil maka akan menarik para investor. Hal itu, membuat secara otomatis akan menguntungkan para investor serta dengan memiliki kemampuan perusahaan yang

besar dapat menunjukkan bahwa manajemen perusahaan tersebut baik (Nur, 2019).

Leverage

Leverage merupakan kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya, dengan leverage yang tinggi berarti perusahaan tersebut menggunakan utang yang tinggi sehingga meningkatkannya risiko (Hanafi, 2018) . Leverage juga menjadi rasio yang dipakai untuk dapat mengukur berapa besar beban utang yang ditanggung oleh perusahaan untuk pemenuhan asset perusahaan tersebut (Darmawan et al., 2020) . Manajer yang terdapat motivasi untuk melunasi hutang perusahaan maka akan berupaya untuk dapat meningkatkan penjualan yang akan menutupi hutang yang ada dan laba yang didapat akan berkembang (Soge & Brata, 2020) . Namun demikian, perusahaan dengan memiliki leverage tinggi dapat berdampak negatif pada perusahaan itu sendiri nantinya. Oleh karena itu, ketika perusahaan memutuskan untuk memiliki hutang maka perusahaan harus ingat bahwa perusahaan harus membayar kewajiban atas hutang yang mereka gunakan (Nurmadi et al., 2022).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan seberapa besar kecilnya tingkat perusahaan yang dinilai dari total penjualan, total asset, dan kapitalisasi pasar. Perusahaan yang besar lebih banyak memiliki pemegang kepentingan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan kecil, hal itu menjadi kebijakan publik yang berbeda sehingga akan berdampak lebih besar pada publik (Yanti & Darmayanti, 2019).

Besarnya ukuran perusahaan maka para investor menjadi tertarik, karena memiliki keuntungan yang lebih besar serta perusahaan juga memiliki kemampuan yang cukup besar sehingga dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya ketika sudah jatuh tempo (Andriyanti, 2023).

Salah satu tolak ukur yang dapat menunjukkan besar kecilnya perusahaan yaitu ukuran asset dari perusahaan, yang dimana jika semakin besar total asset maka perusahaan mampu untuk menghasilkan laba. dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba maka tingkat harga saham juga akan meningkat (Habsari & Akhmadi, 2018) . Besarnya total asset maka perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan yang dianggap telah memiliki prospek yang baik dalam periode yang memiliki relative stabil dan mampu menghasilkan keuntungan (Husna & Satria, 2019).

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Profitabilitas yang di dapat oleh perusahaan tinggi maka semakin tinggi juga laba yang dihasilkan oleh perusahaan dan hal itu dapat memberikan informasi yang relevan bagi investor bahwa prospek dari perusahaan baik. Peningkatan profitabilitas akan menjadikan para investor menganggap bahwa kemakmuran para pemegang sahamnya bagus dan meningkat, sehingga terdapat peningkatan minat investor dalam menanamkan sahamnya dan nilai perusahaan akan semakin meningkat. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andriyanti, 2023), (Iman et al., 2021), dan (Darmawan et al., 2020).

H_1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hutang yang digunakan untuk mendanai aktifitas operasional perusahaan. Pendanaan hutang cenderung lebih murah daripada ekuitas selama perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada biaya hutang. Pernyataan tersebut didukung oleh teori MM dengan pajak yang menyatakan semakin tingginya hutang maka semakin rendah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan karena ada arus kas keluar untuk membayar pajak perusahaan yang secara tidak langsung dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Perusahaan yang mengelola leverage dengan baik dipandang positif oleh para investor, sehingga terdapat peningkatan harga saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan juga. Pernyataan tersebut didukung oleh (Widayanti & Yadnya, 2020) dan (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

H_2: Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel Moderasi

Profitabilitas dengan jumlah asset perusahaan meningkat akan lebih mudah bagi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Namun, investor tidak hanya menilai dari profitabilitas tetapi menyesuaikannya dengan ukuran perusahaan untuk menentukan nilai dari harga sahamnya. Besarnya ukuran perusahaan investor beranggapan bahwa perusahaan memiliki pengelolaan yang baik dalam menghasilkan keuntungan atau laba yang cukup besar sehingga, perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki pengelolaan yang baik dan menghasilkan peningkatan kemakmuran saham yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan serta ukuran perusahaan juga akan meningkat. Pernyataan tersebut didukung oleh (Nur, 2019), (D. N. Sari & Suwitho, 2023), dan (Andriyanti, 2023).

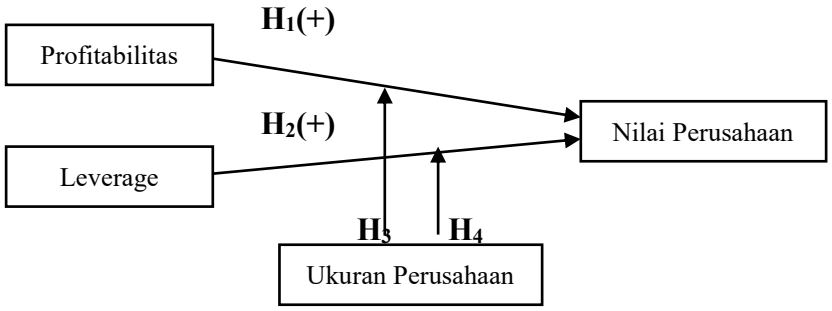
H_3: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel Moderasi

Leverage menjadi perbandingan antara hutang dengan modal sendiri, dimana jika perusahaan kecil akan cenderung menggunakan modal sendiri dibandingkan dengan hutang akan tetapi jika perusahaan besar lebih memiliki peluang terhadap sumber pendanaan dari eksternal, sehingga investor tidak hanya menilai dari leverage akan tetapi menyesuaikannya dengan ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar terdapat tingkat kontrol yang lebih baik, dengan semakin besarnya ukuran perusahaan maka kepercayaan dalam mendapatkan sumber pendanaan akan lebih mudah yang berasal dari pihak eksternal. Keputusan pendanaan dari eksternal yang dipengaruhi oleh utang perusahaan baik besar atau kecil yang tercermin dari nilai asset perusahaan memberikan keputusan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh (Welly et al., 2019), (Dewi & Sari, 2019), dan (Nurmadi et al., 2022).

H_4: Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitan adalah pendekatan kuantitatif. Obyek penelitian yaitu perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Jenis data adalah data sekunder yang bersumber dari data laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan kriteria: 1) Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang tercatat di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada periode penelitian; 2) Menerbitkan laporan keuangan secara lengkap pada periode penelitian; 3) Laporan keuangan yang diterbitkan dalam kurs mata uang rupiah; 4) Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang mendapatkan laba bersih pada periode penelitian. Jumlah sampel data yang digunakan sebanyak 145 sampel data dengan 48 perusahaan.

Definisi Operasional

Profitabilitas

Menurut Nur (2019) profitabilitas merupakan kemampuan dari perusahaan di tingkat keuntungan bersih yang dapat mampu dilakukan oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Salah satu rasio profitabilitas yang digunakan yaitu *Return on Asset* (ROA).

$$Return\ on\ Asset\ (\text{ROA}) = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Menurut Kusumaningrum & Iswara (2022) leverage merupakan rasio yang mampu menunjukkan bagaimana perusahaan dapat mengelola hutangnya untuk memperoleh keuntungan dan juga mampu melunasi kembali hutangnya. Rumus yang digunakan pada penelitian ini adalah *Debt to Equity Ratio* (DER).

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

Nilai Perusahaan

Menurut Reschiwati et al. (2020) nilai perusahaan merupakan persepsi dari investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham tersebut. Rumus yang digunakan pada penelitian ini adalah *Price Book Value* (PBV).

$$Price\ Book\ Value\ (\text{PBV}) = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Widiastari & Yasa (2018) ukuran perusahaan merupakan seberapa besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur melalui besar kecilnya dari total asset yang dimiliki perusahaan.

$$Size = \text{Ln (Total Aset)}$$

Alat Analisis

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan *Moderated Regretion Analysis* (MRA) dan program yang digunakan pada penelitian ini adalah E-views versi 12. *Moderated Regression Analysis* (MRA). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial.

1. Analisis Deskriptif

   Menurut Sugiyono (2019) analisis deskriptif merupakan analisis statistik yang digunakan untuk dapat menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau memberikan gambaran data yang telah terkumpul sehingga membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Alat yang digunakan untuk mendeskripsikan variable dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata, maksimum, minimum, median, dan standar deviasi. Menurut Sekaran & Bougie (2017) analisis statistik deskriptif terdapat alat ukurnya yaitu mean (nilai rata-rata), maksmium, minimum, median, dan standar deviasi.

2. Analisis Inferensial

   Menurut Sugiyono (2019) analisis inferensial merupakan teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa data sampel serta hasilnya untuk dapat disimpulkan sebagai populasi.

   a. *Moderated Regression Analysis* (MRA)

      Merupakan persamaan regresi yang memiliki interaksi perkalian dua atau lebih variable independen, untuk dapat mengetahui variable moderasi apakah dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh dari variable independen terhadap variable dependen (Prabhasyahrani & Khuzaini, 2022).

      Persamaan regresi sebagai berikut:

      $Y=a+b1X1+b2X2+\varepsilon$.....(1)

      $Y=a+b1X1+b2X2+b3(X1*Z)+b4(X2*Z)+\varepsilon$.....(2)

      Keterangan:

      a : Nilai konstanta
      b1- b4 : Koefisien regresi
      X1 : Profitabilitas
      X2 : Leverage
      Z : Ukuran Perusahaan
      X1Z : Interaksi variable independent dengan moderasi
      e : Errorterm

   b. Uji Asumsi Klasik

      Menurut Ghozali (2018) uji asumsi klasik merupakan uji asumsi klasik yang memperoleh suatu hasil analisis data yang tepat dan sesuai dengan syarat dari pengujian. Menurut Ghozali (2018) uji asumsi klasik diukur dengan uji normalitas, uji multikoleniaritas, Uji Autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

c. Uji Kesesuaian Model/ Uji F
Menurut Ghozali (2018) uji F merupakan uji signifikan yang secara keseluruhan digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh variable bebas terhadap variable terikat.
d. Uji Hipotesis/ Uji t
Menurut Nur (2019) uji t merupakan uji yang digunakan untuk dapat mengetahui pengaruh dari masing-masing variable independent terhadap variable dependen.
e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Menurut Ghozali (2018) koefesien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk dapat mengukur seberapa jauhnya kemampuan model dalam menerangkan variasi dari sebuah variable dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Median	Maksimum	Minimum	Std. Dev.	Obs
Profitabilitas	0,044627	0,038376	0,129644	0,002874	0,032408	145
Leverage	0,797210	0,797693	1,847273	0,061000	0,492990	145
Ukuran Perusahaan	28,19470	28,17926	31,11812	25,07900	1,316880	145
Nilai Perusahaan	0,840894	0,774653	2,150055	0,060814	0,435587	145

Sumber: Data diolah

Tabel 1 menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA), lukukran perusahaan dan nilai perusahaan menunjukkan data terpusat (tidak menyebar0 terlihat dari nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai mean (rata-rata). Sedangkan leverage data bersifat menyebar, hal ini ditunjukkan dari nilai standar deviasi lebih besar dari nilai mean (rata-rata).

2. Analisis Inferensial

Pengujian Estimasi Model

Pemilihan model persamaan regresi menggunakan uji chow dan uji hausman, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Uji Chow

Cross-section F	0,0000
Cross-section Chi-square	0,0000

Sumber: data diolah

Tabel hasil uji chow di atas menunjukkan hasil bahwa nilai probabilitas cross-section Chi-square sebesar 0,0000 < 0,05 maka model regresi yang terpilih yaitu Fixed Effect Model (FEM). Sedangkan hasil uji Hausman dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 3. Uji Hausman

Test Summary	Prob.
Cross-section random	0,0220

Sumber: data diolah

Tabel hasil uji hausman diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0,0220 , sehingga model yang terpilih yaitu Fixed Effect Model (FEM).

Jadi model regresi terbaik yang dipilih adalah Fix Effect Model (FEM), sehingga perlu melakukan uji asumsi klasik.

Persamaan Regresi Berganda (Model 1)

Tabel 4. Persamaan Regresi Linear Berganda (Model 1)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-15,16680	5,761910	-2,632253	0,0099
ROA	3,060470	1,159160	2,640249	0,0097
DER	0,072924	0,108604	0,671463	0,5036
SIZE	0,560850	0,205827	2,724852	0,0077

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil tabel di atas maka dapat dirumuskan persamaan regresi berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

PBV = -15,16680 + 3,060470 ROA + 0,072924 DER + 0,560850 SIZE + 5,761910

Persamaan Moderated Regression Analysis (MRA) (Model 2)

Tabel 5. Persamaan Regresi Linear Berganda (Model 2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10,57491	5,892443	-1,794657	0,0760
ROA	-61,43573	22,86283	-2,687145	0,0085
DER	-0,484401	1,534732	-0,315626	0,7530
SIZR	0,395685	0,210833	1,876766	0,0637
ROA*SIZE	2,303618	0,816118	2,822652	0,0058
DER*SIZE	0,021559	0,055324	0,389683	0,6977

Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat diperoleh *moderated regression analysis* (MRA) pada penelitian ini sebagai berikut:

PBV = -10,57491 – 61,43573 ROA – 0,484401 DER + 2,303618 ROA*SIZE + 0,021559

DER*SIZE + 5,892443

Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi Klasik yaitu uji normalitas data, uji multikoleniaritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas, tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik, sehingga persamaan regresi bersifat BLUE (*Best Linear Unbias Estimation*).

Uji F (Uji Kelayakan Model)

Berdasarkan hasil uji F pada model 1 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Uji F (Model 1)

F-statistic	7,731212
Prpb(F-statistic)	0,000000
Adjusted R-squared	0,696093

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil tabel diatas hasil uji F-statistic sebesar 7,731212 dan nilai probabilitas (F-statistic) sebesar 0,000000 lebih kecil dari 0,05, yang dapat disimpulkan bahwa model regresi ini layak digunakan. Sedangkan Uji F pada model 2 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji F (Model 2)

F-statistic	8,061363
Prob (F-statistic)	0,000000
Adjusted R-squared	0,714359

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasi tabel diatas hasil uji F-statistic sebesar 8,061363 dan nilai probabilitas (F-statistic) sebesar 0,000000 lebih kecil dari 0,05, yang dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini layak digunakan

Uji t (Uji parsial)

Pengujian Model 1.

Berdasarkan Tabel 4 di atas, maka:

Variabel profitabilitas (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 3,060470 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0097. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H_1 didukung.

Variabel leverage (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,072924 dengan nilai probabilitas sebesar 0,5036. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05 yang artinya bahwa variabel leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga H_2 tidak didukung.

Pengujian Model 2

Berdasarkan tabel 5 di atas, maka:

Variabel moderasi ukuran perusahaan*profitabiltas memiliki nilai koefisien sebesar 2,303618 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0058. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05, yang artinya bahwa ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga H_3 didukung. profitabilitas, dimana moderasi semu berinteraksi dengan variabel independen.

Variabel moderasi ukuran perusahaan*leverage memiliki nilai koefisien sebesar 0,021559 dengan nilai probabilitas sebesar 0,6977. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05, yang artinya bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan, sehingga H_4 tidak didukung.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model 1

Berdasarkan tabel 6 diatas menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, leverage dalam menjelaskan variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 69,6% dan sebesar 30,4% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Model 2

Berdasarkan tabel 7 diatas menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, leverage dan variabel interaksi profitabilitas dengan ukuran perusahaan serta leverage dengan ukuran perusahaan sebesar 71,43% dan sebesar 28,57% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan akan meningkat, karena perusahaan yang mampu menghasilkan laba atau keuntungan yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor bahwa kondisi perusahaan memiliki prospek yang baik untuk menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang, sehingga terdapat tingkat kemakmuran para pemegang saham. Ketika harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Claudia; et al. (2022), Yanti & Darmayanti (2019), dan Iman et al. (2021).

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena dalam kegiatan operasional perusahaan lebih menggunakan penggunaan dana internal dibandingkan dana eksternal. *Debt to Equity Ratio* yang tinggi tidak selalu menjadi penyebab rendahnya niai perusahaan dan nilai *Debt to Equity Ratio* yang rendah tidak selalu membuat nilai perusahaan meningkat, sehingga perusahaan dalam mendanai aktivanya cenderung menggunakan pembiayaan internal yaitu modal sendiri (*internal financing*), yang dihasilkan dari laba ditahan, dengan kecukupan dana dalam perusahaan untuk

mendanai asset yang diperoleh dari modal sendiri, sehingga perusahaan mengurangi proporsi hutangnya (*external financing*). Ivestor menganggap informasi terkait leverage berpotensi tidak berpengaruh pada asset perusahaan dan tidak menghasilkan klaim yang berlebihan, dengan kata lain leverage tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotimah et al. (2020) , Suryana & Rahayu (2018), dan Bagaskara et al. (2021).

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa besarnya ukuran perusahaan memiliki lebih banyak asset yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja dan menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi, yang berarti perusahaan memiliki pengelolaan yang lebih baik. Investor percaya bahwa perusahaan besar memiliki tingkat kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Hal ini menarik para investor untuk menanamkan sahamnya ke perusahaan, yang dapat meningkatkan harga saham serta ukuran nilai suatu perusahaan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh D. N. Sari & Suwitho (2023) , Faisania et al. (2023), dan Andriyanti (2023).

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan, karena ukuran suatu perusahaan tidak menyebabkan hubungan antara leverage dengan nilai perusahaan menjadi lemah ataupun kuat. Leverage yang tinggi atau rendah investor cenderung memperhatikan dari profitabilitas, sehingga kondisi tersebut terjadi secara homogen yang artinya besar atau kecilnya perusahaan pandangan investor tentang leverage tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astari et al. (2019), Mudjijah et al. (2019), dan Sari et al. (2022).

KESIMPULAN

Hubungan positif pada profitabilitas terhadap nilai perusahaan menandakan bahwa semakin tingginya profitabilitas maka meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga harga saham meningkat dan nilai perusahaan juga meningkat. Perusahaan cenderung menggunakan modal yang berasal dari laba ditahan dan modal saham, sehingga hutang tidak menyebabkan tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan dapat diasumsikan mampu untuk menghasilkan laba yang tinggi sehingga dapat mengelola operasional dengan baik, hal itu berdampak pada peningkatan harga saham dan juga nilai perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

Ali, J., Faroji, R. F., & Ali, O. (2021). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*, *1*(2), 128–135.

Andriyanti, S. P. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan yang di Moderasi oleh Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *12*.

Astari, Y., Rinofah, R., & Mujino. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *3*(3), 191–201. https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp191-201

Ayem, S., & Ina, C. R. T. (2023). Struktur Modal, Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan : Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi. *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, *3*(1), 47–57.

https://doi.org/10.55587/jla.v3i1.48

Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Forum Ekonomi*, *23*(1), 29–38. http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI

Claudia;, V., Rina;, A., & Jenni. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal ECo-Buss*, *4*(3), 635–646.

Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, Aryoko, Y. P., & Sunardi. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, *5*(1), 83–92. https://doi.org/10.32502/jab.v5i1.2461

Dewi, I. G. A. T., & Sari, M. M. R. (2019). Pengaruh Kebijakan Utang Pada Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, *26*(2), 1241–1268. https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i02.p15

Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi Tarumanagara*, *2*(1), 118–126.

Faisania, A., Sari, A. R., & Anas, D. E. A. F. (2023). Ukuran Perusahaan Memoderasi Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 54–62.

Hanafi, M. M. (2018). *Manajemen Keuangan* (Edisi Kedu). Penerbit BPFE.

Iman, C., Sari, F. N., & Pujianti, N. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, *9*(3), 531–534. https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v17i2

Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, *2*(8), 1–13.

Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, *1*(3), 295–312. https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3.5509

Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *8*(1), 41–56.

Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember*, 569–576.

Nur, T. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, *22*(1), 58–76.

Nurmadi, R., Novietta, L., Suryani, Y., Ika, D., & Rambe, R. F. (2022). *Moderasi Ukuran Perusahaan kepada Pengaruh Utang Perusahaan dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *3*(2), 62–68. https://doi.org/10.47065/jtear.v3i2.539

Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020). Effect of Liquidity, Profitability, and Size of Companies on Firm Value. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, *25*(Extra 6), 325–331. https://doi.org/10.5281/zenodo.3987632

Saputra, B. R., Nadhiroh, U., & Sutapa, H. (2022). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Mahasiswa*, *4*(3), 84–98.

Sari, D., Hanafi, S. R., & Nofiyanti, R. (2022). Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi Pengaruh

Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, *27*(3), 375–390. https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i3.6391

Sari, D. N., & Suwitho. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–18.

Suryana, F. N., & Rahayu, S. (2018). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *E-Proceeding Of Management*, *5*(2), 2262–2270.

Susesti, D. A., & 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*. *6*(1), 37–41.

Welly, Y., Susanti, E., Azwar, K., & Grace, E. (2019). Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan serta Ukuran perusahaan sebagai Variabel Moderat pada Perusahaan Makanan dan Minuman. *Accounting Analysis Journal*, *5*(2), 1–10. https://www.financial.ac.id/index.php/financial/article/view/115

Widayanti, L. P. P. A., & Yadnya, I. P. (2020). Leverage, Profitabilitas, dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Real Estate dan Property. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *9*(2), 737–757. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p17

Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, *23*, 957. https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p06

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*, *8*(4), 367. https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p15 PENGARUH