
Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2024)

Riseyna Amanda Ajietya¹, Heri Susanto², Mulyana Gustira Putra³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Bangsa,
Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia
E-mail: riseyna24@gmail.com

Article History:

Received: 20 Agustus 2025
Revised: 24 September 2025
Accepted: 04 Oktober 2025

Keywords: *Company Size;
Leverage; Profitability;
Company Value; Banking*

Abstract: *This study aims to analyze the effect of Company Size, Leverage, and Profitability on Company Value in banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2024. The sample in this study consists of 16 banking companies selected based on certain criteria through the purposive sampling method, which is included in the non-probability sampling category. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression. The results of the study show that company size has a positive but insignificant effect on company value, leverage has a negative and significant effect on company value, while profitability has a positive and significant effect on company value. The F test shows that Company Size, Leverage, and Profitability simultaneously have a significant effect on Company Value.*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global yang semakin dinamis telah mendorong munculnya berbagai perusahaan baru di berbagai sektor industri, termasuk sektor perbankan. Fenomena ini menghadirkan peluang sekaligus masalah bagi perusahaan mapan dan pendatang baru di pasar. Persaingan antar perusahaan semakin ketat dan kompleks, di mana masing-masing perusahaan berupaya untuk mempertahankan eksistensinya dengan cara meningkatkan kualitas operasional, efisiensi pengelolaan sumber daya, serta daya saing produk dan layanan yang ditawarkan.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, manajemen perusahaan dituntut untuk mengambil langkah-langkah strategis guna menciptakan keunggulan kompetitif. Keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan memperkuat posisinya di pasar tidak terlepas dari kemampuan manajemen dalam menyusun strategi yang tepat dan menjalankannya secara konsisten. Selain itu, evaluasi kinerja perusahaan menjadi semakin penting. Salah satu indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan adalah nilainya, yang mencerminkan penilaian pasar terhadap entitas bisnis tersebut.

Secara teoritis, nilai perusahaan adalah jumlah yang harus dibayarkan investor atau entitas lain untuk mengakuisisi seluruh perusahaan (Jihadi et al., 2021). Nilai ini biasanya tercermin dalam harga saham di pasar modal, yang ditentukan oleh penilaian pasar terhadap potensi, risiko,

dan kinerja keuangan perusahaan. Harga saham yang tinggi menandakan bahwa pasar memandang perusahaan menunjukkan kinerja yang kuat dan potensi masa depan yang besar.

Ukuran yang sering digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah rasio Harga terhadap Nilai Buku (PBV). Rasio ini mengevaluasi nilai pasar saham perusahaan relatif terhadap nilai bukunya. PBV yang lebih tinggi menunjukkan peningkatan kepercayaan pasar terhadap prospek masa depan perusahaan (Maryana & Nurhayati, 2022).

Berbagai faktor internal dapat memengaruhi valuasi perusahaan, seperti skala, *leverage*, dan profitabilitas. Ukuran perusahaan mengacu pada besarnya entitas komersial, yang umumnya dinilai berdasarkan total aset. Perusahaan besar biasanya memiliki keunggulan dalam hal efisiensi operasional, akses modal, dan dominasi pasar. Perusahaan besar memiliki kemampuan lebih besar untuk menghasilkan pendapatan dan laba, sehingga meningkatkan nilai keseluruhan mereka (Suryaman dkk., 2023).

Faktor kedua nilai perusahaan adalah *leverage*, yang dicirikan sebagai rasio utang terhadap ekuitas. *Leverage* menunjukkan sejauh mana perusahaan memanfaatkan utang untuk mendanai asetnya. Penerapan *leverage* yang bijaksana dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan, karena pengeluaran bunga dapat menghasilkan imbal hasil yang lebih besar jika dikelola dengan baik. *Leverage* yang berlebihan meningkatkan risiko keuangan, karena perusahaan berkewajiban untuk memenuhi pembayaran bunga dan pokoknya, terlepas dari kondisi keuangannya (Kasmir, 2022; Brigham & Houston, 2022). Oleh karena itu, rasio *leverage* yang ideal sangat penting untuk menjaga kesehatan keuangan perusahaan.

Faktor ketiga adalah profitabilitas, yang mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari operasinya. Statistik keuangan yang umum digunakan untuk menilai profitabilitas adalah Return on Equity (ROE). ROE menunjukkan jumlah laba bersih yang dihasilkan per unit ekuitas pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi menandakan keberhasilan manajemen dalam alokasi modal dan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memberikan hasil yang signifikan kepada pemegang saham (Gitman & Zutter, 2021).

Tabel 1. Nilai Rata-Rata Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

Tahun	Ukuran Perusahaan	<i>Leverage</i>	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
2022	31,74	364,85	5,56	0,87
2023	31,78	354,40	4,86	1,55
2024	31,87	378,92	5,60	0,61

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa pada tahun 2022 nilai rata-rata Ukuran Perusahaan sebesar 31,74 dan nilai rata-rata *Leverage* sebesar 364,85 dan nilai rata-rata Profitabilitas sebesar 5,56 dan nilai rata-rata Nilai Perusahaan sebesar 0,87. Pada tahun 2023 nilai rata-rata Ukuran Perusahaan sebesar 31,78 dan nilai rata-rata *Leverage* sebesar 354,40, dan nilai rata-rata Profitabilitas sebesar 4,86 dan nilai rata-rata Nilai Perusahaan sebesar 1,55. Pada tahun 2024 nilai rata-rata Ukuran Perusahaan sebesar 31,87 dan nilai rata-rata *Leverage* sebesar 378,92 dan nilai rata-rata Profitabilitas sebesar 5,60 dan nilai rata-rata Nilai Perusahaan sebesar 0,61. Lebih lanjut, penelitian sebelumnya telah menunjukkan variasi pengaruh ukuran bisnis, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tulkhusna dkk. (2022) dan Senjaya (2022) menyatakan bahwa ukuran bisnis memberikan pengaruh yang positif dan signifikan, namun Amri dkk. (2020) tidak menemukan pengaruh tersebut. Markonah dkk. (2020) dan Jihadi dkk. (2021) mengamati pengaruh *leverage* yang menguntungkan, namun Widiawati dan Linawati (2022) menunjukkan pengaruh yang merugikan. Farizki dkk. (2021) menyatakan bahwa *leverage* tidak

memiliki pengaruh yang substansial. Ramadhan (2022) dan Bahri (2022) menunjukkan adanya pengaruh yang menguntungkan terhadap profitabilitas, namun Mahanani dkk. (2022) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

LANDASAN TEORI

Signalling Theory

Brigham dkk. (2018) menegaskan bahwa teori sinyal menjelaskan persepsi manajemen terhadap potensi pertumbuhan perusahaan, sehingga memengaruhi respons calon investor terhadap perusahaan. Morris (2020) berpendapat bahwa teori sinyal bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi antara pemangku kepentingan internal dan eksternal perusahaan. Organisasi dapat meningkatkan nilai mereka dengan mengurangi asimetri informasi. Strategi untuk mengurangi asimetri informasi mencakup penyediaan panduan kepada entitas eksternal, termasuk data keuangan. Handika (2021) berpendapat bahwa teori sinyal berkaitan dengan informasi perusahaan yang bertindak sebagai sinyal bagi investor dalam proses pengambilan keputusan investasi mereka.

Nilai Perusahaan

Ningrum (2022) menyatakan bahwa nilai perusahaan mencerminkan kekayaan bersih dan profitabilitas prospektifnya, sehingga menarik investor untuk mengalokasikan dana ke perusahaan tersebut. Alamsyah (2019) berpendapat bahwa nilai perusahaan mencerminkan penilaian investor, yang seringkali dikaitkan dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan valuasi perusahaan. Putri (2023) berpendapat bahwa nilai perusahaan mencerminkan kesuksesannya, sebagaimana ditunjukkan oleh harga sahamnya, yang ditentukan oleh interaksi antara penawaran dan permintaan di pasar modal, yang mencerminkan persepsi publik terhadap kinerja perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Machmuddah (2020) menegaskan bahwa ukuran perusahaan berfungsi sebagai metrik yang menunjukkan besarnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dikuantifikasi sebagai logaritma dari total asetnya, sebagaimana ditunjukkan dalam laporan keuangan pada akhir periode. Sang Ayu Made dkk. (2021) menegaskan bahwa ukuran perusahaan menunjukkan besarnya suatu perusahaan, sebagaimana ditunjukkan oleh volume penjualan, jumlah karyawan, atau kepemilikan aset. Alfred dan Helin (2020) menggolongkan ukuran perusahaan sebagai besarnya suatu perusahaan, yang dikuantifikasi oleh total asetnya.

Leverage

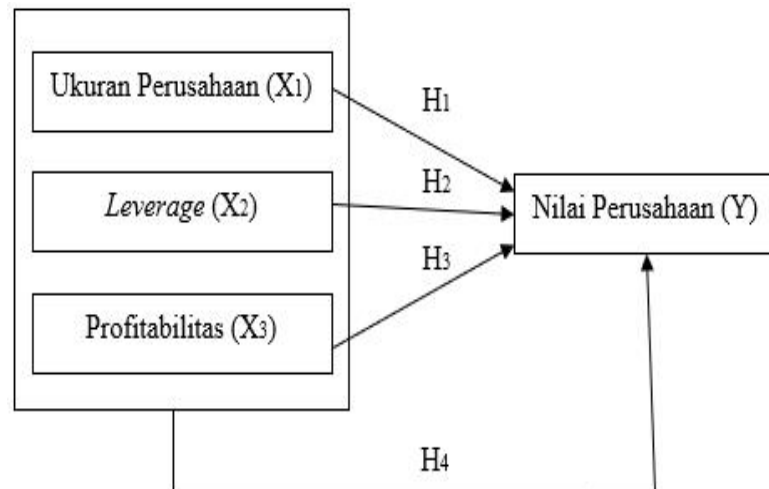
Alfred dan Herlin (2020) menjelaskan *leverage* sebagai penggunaan aset dan sumber pendanaan suatu perusahaan yang menimbulkan biaya tetap, khususnya pinjaman yang membebankan bunga sebagai kewajiban tetap, untuk meningkatkan keuntungan pemegang saham. Anikatun et al., (2018) mendefinisikan *leverage* sebagai kapasitas perusahaan untuk memenuhi semua kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, dengan memanfaatkan asetnya. Kasmir (2015) berpendapat bahwa *leverage* mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. *Leverage* kadang-kadang didefinisikan sebagai indikator kapasitas perusahaan untuk memenuhi semua kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, jika terjadi kebangkrutan.

Profitabilitas

Menurut Alief Zoulton Lazuardi & Mujiyati (2023), profitabilitas adalah ukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas rutinnya. Ely Siswanto S (2021) menyatakan bahwa rasio profitabilitas mengukur kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia, seperti aset, modal, atau penjualan. Hergianti (2020) berpendapat bahwa profitabilitas berfungsi sebagai metrik untuk mengevaluasi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba dan memanfaatkan aset tetap secara efektif dalam operasinya, bergantung pada tingkat penjualan, aset, dan modal ekuitas tertentu.

Kerangka Pemikiran

Faktor penentu nilai perusahaan meliputi skala perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas. Studi ini menganalisis dampak ukuran bisnis, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dokumen ini menyajikan landasan konseptual untuk studi ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

- H1 : Ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan.
- H2 : *Leverage* memengaruhi nilai perusahaan.
- H3 : Profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan.
- H4 : Ukuran, *leverage*, dan profitabilitas perusahaan secara bersama-sama memengaruhi nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dan metodologi kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan pendekatan metodologis yang bertujuan untuk mengkaji korelasi antara dua variabel (Ulum dkk., 2021). Studi ini berupaya menyelidiki dampak ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Populasi

Populasi penelitian ini terdiri dari 47 perusahaan sektor perbankan yang resmi terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2024.

Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel 16 perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memenuhi kriteria yang ditetapkan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, suatu strategi non-probabilitas yang memilih sampel berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria tersebut mencakup perusahaan dengan catatan keuangan yang komprehensif selama periode penelitian dan data yang relevan dengan variabel yang diteliti.

Teknik Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data, khususnya memanfaatkan laporan keuangan dan dokumentasi dari situs web Bursa Efek Indonesia, www.idx.co.id, serta situs web masing-masing perusahaan.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metodologi analisis data termasuk analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, penilaian koefisien determinasi, dan uji statistik t dan f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	16	29.97	35.66	31.8706	1.35800
<i>Leverage</i>	16	3.26	1035.03	378.9188	310.16843
Profitabilitas	16	.09	14.20	5.5950	4.59698
Nilai Perusahaan	16	.32	1.00	.6069	.20931
Valid N (listwise)	16				

Berdasarkan Tabel 2, Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai minimum 29,97, nilai maksimum 35,66, nilai rata-rata 31,8706, dan deviasi standar 1,35800. *Leverage* berkisar antara minimum 3,26 hingga maksimum 1035,03, dengan rata-rata 378,9188 dan standar deviasi 310,16843. Profitabilitas memiliki nilai minimum 0,09, nilai maksimum 14,20, nilai rata-rata 5,5950, dan deviasi standar 4,59698. Nilai Perusahaan berkisar antara minimum 0,32 hingga maksimum 1,00, dengan rata-rata 0,6069 dan deviasi standar 0,20931.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		16
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.18734786
Most Extreme Differences	Absolute	.180
	Positive	.180
	Negative	-.111
Test Statistic		.180
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel menghasilkan skor Asimptomatik (2-ekor) sebesar 0,175. Dalam analisis statistik, data dianggap terdistribusi normal jika nilai-p melampaui 0,05. Nilai signifikansi 0,175, yang melampaui ambang batas 0,05, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara teratur.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Ukuran Perusahaan	.748	1.337
Leverage	.750	1.334
Profitabilitas	.978	1.023

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4, nilai toleransi untuk Ukuran Perusahaan adalah 0,748, untuk *Leverage* adalah 0,750, dan untuk Profitabilitas adalah 0,978. VIF untuk Ukuran Perusahaan adalah 1,337, untuk *Leverage* adalah 1,334, dan untuk Profitabilitas adalah 1,023. Mengingat nilai toleransi melampaui 0,10 dan $VIF < 10$, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak menunjukkan adanya hubungan di antara variabel independen, yang menunjukkan tidak adanya pelanggaran multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.896 ^a	.803	.754	1.634

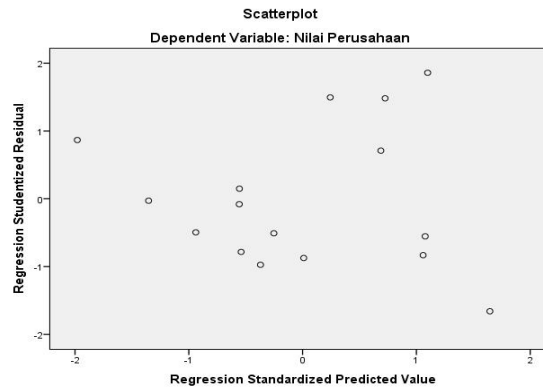
a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Statistik Durbin-Watson yang diperoleh adalah 1,634. Untuk memastikan tidak adanya

autokorelasi negatif atau positif, model yang efektif harus menunjukkan nilai DW antara -2 dan +2. Nilai Durbin-Watson sebesar 1,634 menunjukkan tidak adanya autokorelasi negatif maupun positif.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak, baik di bawah maupun di atas nilai sumbu Y 0. Lebih lanjut, titik-titik data tidak menunjukkan tren yang jelas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas, sehingga cocok untuk diterapkan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.426	1.358		-1.787	.099
	Ukuran Perusahaan	.095	.044	.414	2.170	.051
	Leverage	-.001	.000	-.515	-2.705	.019
	Profitabilitas	.035	.010	.602	3.607	.004

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil model regresi yang ditampilkan dalam Tabel 6 menghasilkan kesimpulan berikut :

- 1) Konstanta dalam studi ini adalah -2,426, yang menandakan bahwa jika Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas tetap konstan, maka Nilai Perusahaan rata-rata adalah -2,426.
- 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,095, yang menandakan bahwa, ceteris paribus, peningkatan Ukuran Perusahaan sebesar 1 unit akan menghasilkan peningkatan Nilai Perusahaan sebesar 0,095 unit. Korelasi antara Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan adalah positif; oleh karena itu, peningkatan Ukuran Perusahaan akan menghasilkan peningkatan Nilai Perusahaan, dan sebaliknya.
- 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0,001, yang menandakan bahwa, ceteris paribus, peningkatan *Leverage* sebesar 1 unit akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar -0,001 unit. Korelasi antara *Leverage* dan Nilai Perusahaan adalah negatif, yang menandakan bahwa peningkatan *Leverage* menurunkan

Nilai Perusahaan, dan sebaliknya.

- 4) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,035, yang berarti bahwa, *ceteris paribus*, peningkatan Profitabilitas sebesar 1 satuan akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,035 satuan. Hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan bersifat positif, yang berarti peningkatan Profitabilitas akan meningkatkan Nilai Perusahaan, dan sebaliknya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.896 ^a	.803	.754	1.634

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Koefisien determinasi dinilai menggunakan skor Adjusted R Square sebesar 0,754 atau setara dengan 75,4%. Dengan demikian, 75,4% variabel nilai perusahaan dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas, sementara sisanya, 24,6%, dikaitkan dengan variabel eksternal signifikan lainnya yang tidak dimasukkan dalam model.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-2.426	1.358		-1.787	.099
	Ukuran Perusahaan	.095	.044	.414	2.170	.051
	Leverage	-.001	.000	-.515	-2.705	.019
	Profitabilitas	.035	.010	.602	3.607	.004

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil pengujian awal mengenai pengaruh variabel Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan Tabel 8, nilai signifikansi untuk variabel Ukuran Perusahaan adalah 0,051, yang lebih tinggi dari 0,050. Nilai alpha yang digunakan adalah 5%. Dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- 2) Berdasarkan Tabel 8, nilai signifikansi untuk variabel *Leverage* adalah 0,019, < 0,050. Nilai α (alfa) yang digunakan adalah 5%, yang menunjukkan bahwa *Leverage* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- 3) Berdasarkan Tabel 8, nilai signifikansi untuk variabel Profitabilitas adalah 0,004, < 0,050. Nilai alfa yang digunakan adalah 5%, yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.087	3	.362	8.260	.003 ^b
	Residual	.526	12	.044		
	Total	1.614	15			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan

Tabel 9 menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,003 yang berarti $< 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, meskipun hubungan yang terlihat bersifat positif (signifikansi $0,051 > 0,050$). Dengan demikian, besarnya aset atau skala perusahaan tidak serta-merta meningkatkan penilaian investor, karena faktor lain seperti efektivitas operasional, inovasi, risiko, serta konsistensi pertumbuhan lebih menentukan persepsi pasar. Hasil ini mendukung penelitian Hamdani dkk. (2022) yang juga menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage terbukti memberikan pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan (signifikansi $0,019 < 0,050$). Tingkat utang yang tinggi meningkatkan risiko finansial dan menambah beban bunga, sehingga menekan profitabilitas serta mengurangi daya tarik perusahaan di mata investor. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian Marceline dan Harsono (2017) serta Dewantari, Cipta, dan Susila (2019) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan (signifikansi $0,004 < 0,050$). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan prospek usaha yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor, minat penanaman modal, serta mendorong kenaikan harga saham. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Muzayin dan Trisnawati (2022) serta Anisa dkk. (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Simultan Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Secara simultan, variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (signifikansi $0,003 < 0,050$). Kombinasi ketiga faktor ini mencerminkan kondisi keuangan serta prospek pertumbuhan yang lebih komprehensif,

sehingga jika dikelola secara optimal mampu meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Hasil ini mendukung temuan Dea dkk. (2020) yang menyatakan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2024, diperoleh temuan bahwa BBNI memiliki nilai ukuran perusahaan dan profitabilitas tertinggi, sedangkan BGTG dan BCIC memiliki nilai terendah. Nilai *leverage* tertinggi dimiliki oleh BJBR, sementara terendah dimiliki oleh SDRA. Adapun nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh INPC dan terendah oleh MAYA. Secara parsial, ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan pengelolaan *leverage* menjadi faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan pada sektor perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Pasar Terhadap Harga Saham Sub Sektor Pertambangan Logam dan Mineral di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen* 11(2): 170-178
- Amri, A., & Ramdani, Z. (2020). Pengaruh Nilai Tukar, Kebijakan Dividen Dan Struktur Modal Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(1), 17–36
- Anikaton, P., Paramita, P. D., & Oemar, A. (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bei Tahun 2012-2016. *Journal Of Accounting*, 11(2), 1–17.
- Bahri, S (2022). Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Determinan Nilai Perusahaan. Brigham & Houston. 2022. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 14. Salemba Empat. Jakarta.
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Aset terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2021). *Principles of Managerial Finance Fourteenth Edition*. United States of America: Pearson Education.
- Handika, M. (2021). Pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat Muslim menggunakan produk perbankan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 18(2), 1–12. <https://doi.org/10.21831/jep.v18i2.23743>
- Hergianti. A. N. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas. Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1-20.
- Jihadi, et. al. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* Vol 8 No 3 (2021) 0423–0431.

- Kamsari, Alfred dan Setijaningsih, Herlin T. (2020). Pengaruh Likuiditas, Efisiensi Modal Kerja, Leverage , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara / Vol.2*.
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian* (292). Cetakan ke 1. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Machmuddah, Z. (2020). *Metode Penyusunan Skripsi Bidang Ilmu Akuntansi*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 360–372. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2280>
- Markonah et., al. (2020). EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE, AND LIQUIDITY TO THE FIRM VALUE. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting (DIJEFA)*, 83-94.
- Morris, S. (2020). *Macroeconomic policy in India since the global financial crisis: Trends, policies and challenges in economic revival post-Covid*. Springer.
- Putri, D. N. (2023). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018–2022. *Skripsi, STIESIA Surabaya*.
- Ramadhan, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(6), 362-373.
- Sang Ayu Made Riska Vidyasari, N. P. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Kharisma Vol. 3 No. 1*, 94-105
- Senjaya, T. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Sub Pada Sektor Telekomunikasi Di Bursa Efek Indonesia (Doctoral Dissertation, 021008 Universitas Tridianti Palembang)*.
- Siswanto, Ely. (2021). *Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar*. Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Tulkhusna, W., & Wijaya, A. L. (2022, October). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Pemoderasi. In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi (Vol. 4)*.
- Ulum, i., et al. (2021). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Malang, Penerbit Bakara Media
- Widiawati, H. S., & Linawati, L. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 7(1), 11–21. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.1754>
- Hamdani, & Muhammad Luthfi. (2022). "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal JEMPPER, STIE Triandara*, Vol. 2 No. 2, Mei 2022.
- Marceline, Lilian, and Anwar Harsono, 2017. "Pengaruh Good Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Dengan Nilai Perusahaan." *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 19 (1a): 226-36
- Dewantari, Ni Luh Surpa, Wayan Cipta, and Gede Putu Agus Jana Susila. 2019. "Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 5 (2): 74.
- Muzayin, M. H. T. dan R. Trisnawati. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan,

Umur Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Emperis Pada Perusahaan Sub Sector Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019). E-Prosiding Akuntansi, 3(1)

Kolamban, Dea V., Sri Murni, and Dedy N. Baramuli. "Analisis pengaruh leverage, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri perbankan yang terdaftar di Bei." Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 8.3 (2020).