

Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2022

Lely Dwi Cahyania¹, Asna², Riril Mardiana Firdaus³, Kristina Sedyastuti⁴,
Yoan Santosa Putra⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Asna

E-mail: asna@unikama.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di BEI periode 2020-2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode yang digunakan analisis regresi linier berganda. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria tertentu sehingga diperoleh sampel sebanyak 44 perusahaan consumer goods sehingga total sampel dalam penelitian ini sebanyak 132 sampel. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari annual report. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial variabel profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci – Profitabilitas; Struktur Modal; Ukuran Perusahaan; Nilai Perusahaan

Abstract

This research aims to determine the effect of profitability, capital structure and company size on company value in consumer goods companies listed on the IDX for the 2020-2022 period. This research uses a quantitative approach with a method that uses multiple linear regression analysis. The population of this research is consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2020-2022 period. The sample selection in this study used a purposive sampling method with certain criteria so that a sample of 44 consumer goods companies was obtained so that the total sample in this study was 132 samples. The data used is secondary data sourced from annual reports. The results of this research show that the variables profitability, capital structure and company size simultaneously influence company value. Meanwhile, partially the profitability and capital structure variables have a positive effect on company value. On the other hand, the company size variable has no effect on company value.

Keywords - Profitability, Capital Structure, Company Size, Company Value

PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan salah satu aspek yang berperan dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Pasar modal memberikan peluang bagi investor untuk berpartisipasi dalam kepemilikan perusahaan atau mendapatkan keuntungan dari pertumbuhan nilai investasi. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang khususnya bergerak di sektor consumer goods. Perusahaan consumer goods masih menjadi pilihan utama bagi para investor dalam menempatkan dana mereka. Hal ini disebabkan karena saham perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan produk rumah tangga serta peralatan rumah tangga masih menunjukkan potensi pertumbuhan. Sektor barang konsumsi sangat menarik untuk dilakukannya penelitian, karena pada dasarnya manusia tidak akan terlepas dengan industri barang konsumsi dalam kehidupan sehari-harinya (Asiyah et al., 2021).

Dalam perubahan harga saham dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perusahaan. Kedua faktor tersebut merupakan faktor fundamental yang sering dipakai sebagai dasar oleh para pelaku saham untuk mengambil keputusan investasinya. Faktor fundamental meliputi faktor makro (eksternal) dan faktor mikro (internal). Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi harga saham bisa dilihat pada kondisi perekonomian, politik, perubahan suku bunga, kurs valuta asing, inflasi, regulasi dan deregulasi perdagangan oleh negara (Yudistira & Adiputra, 2020). Sedangkan faktor internal yang dapat mempengaruhi harga saham bisa dilihat pada kinerja keuangan perusahaan seperti pada rasio profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan (Sintyana & Artini, 2018).

Namun permasalahan utama yang ditemukan pada penelitian ini adalah turunnya pertumbuhan laba pada beberapa perusahaan consumer goods pada kuartal II 2023 tetapi beberapa perusahaan pertumbuhan labanya tetap stabil bahkan mengalami kenaikan. PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) labanya mengalami penurunan sebesar 55% menjadi Rp.45 miliar. PT Mulia Boga Raya Tbk (KEJU) mencatat penurunan laba sebesar 85% hal ini didorong dari penurunan pada penjualan perseroan dan penghasilan lainnya. Sedangkan untuk PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULJT) dan PT Diamond Food Indonesia Tbk (DMND) mencatatkan kenaikan penjualan pada kuartal II 2023, namun laba bersih tahun berjalannya justru turun 17.04% (ULJT) dan 12.84% (DMND). Hal ini disebabkan tingginya beban usaha yang masih menggerus laba perseroan. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) memimpin dengan kenaikan laba paling tinggi dibandingkan para kompetitornya. Laba bersih tahun berjalan ICBP pada kuartal II naik 1.274% menjadi Rp.2,1 triliun, dibandingkan pada periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp. 155 miliar (cnbcindonesia.com, 2023).

Menurut Hery (2017) nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini. Teori sinyal dipilih sebagai dasar pengembangan konsep dalam penelitian ini. Signaling Theory menyatakan bahwa apapun informasi yang terjadi dari kondisi saham suatu perusahaan selalu memberi efek bagi keputusan investor sebagai pihak yang menerima sinyal tersebut. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif dan negatif sangat mempengaruhi kondisi pasar, investor akan bereaksi dengan berbagai cara dalam menanggapi sinyal tersebut (Irham, 2016).

Dalam penelitian ini akan memfokuskan pada faktor internal fundamental terhadap nilai perusahaan. Ketiga faktor tersebut adalah profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Menurut Kasmir (2019) profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari operasinya dan memberikan gambaran seberapa efektif manajemennya. Rasio profitabilitas menunjukkan bagaimana rasio likuiditas, manajemen aset, dan utang perusahaan berdampak pada hasil operasi (Brigham, 2016). Rasio profitabilitas mengevaluasi seberapa efektif manajemen perusahaan berdasarkan tingkat pengembalian dari penjualan dan investasi.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal. Struktur modal merupakan salah satu bauran dari sumber pendanaan jangka panjang yang digunakan oleh perusahaan. Pengelolaan dana yang baik akan berdampak baik juga bagi suatu perusahaan. Keputusan pendanaan yang baik dapat dilihat dari struktur modal yang optimal. Struktur modal yang optimal adalah dimana suatu kondisi sebuah perusahaan dapat menggunakan kombinasi hutang dan ekuitas secara ideal dengan cara menyeimbangkan nilai perusahaan dan biaya atas struktur modalnya (Tumangkeng & Mildawati, 2018). Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan menandakan semakin besar aktiva yang dapat dijadikan jaminan untuk memperoleh pinjaman, sehingga kewajiban akan meningkat. Perusahaan yang besar umumnya mampu membayar dividen dengan rasio yang lebih tinggi daripada perusahaan yang lebih kecil, dan meningkatkan nilai perusahaan, menjadikan perusahaan lebih menarik bagi para investor (Akbar & Fahmi, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan Kusumaningrum et al (2022) dalam jurnalnya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Putra et al (2021) dan Priyatama dan Pratini (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Sulistiorini dan Lestari (2022) dan Anggraini (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan Priyatama dan Pratini (2021) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian Kusumaningrum et al (2022) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian Sintyana dan Artini (2018) yang menyatakan bahwa perubahan dalam struktur modal tidak diikuti dengan perubahan nilai perusahaan menunjukkan struktur modal tidak dapat memberikan sinyal kepada investor. Didukung dengan hasil penelitian Sulistiorini dan Lestari (2022) yang menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan Wardhani et al (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur menggunakan total aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan hasil penelitian Sulistiorini dan Lestari (2022) dan Ardiana dan Chabachi, (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Novitasari (2021) menunjukkan hasil yang berbeda dimana hasil variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian Kusumaningrum et al. (2022) dalam penelitiannya nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh ukuran perusahaan secara parsial memang menunjukkan adanya pengaruh namun arah hubungannya adalah negatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal (Signalling Theory) ini menjelaskan terkait keharusan pengungkapan laporan keuangan kepada pihak luar oleh perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2019) mengatakan bahwa teori sinyal ini membantu para pemegang saham dalam menilai peluang bisnis untuk meningkatkan nilai perusahaan di tahun-tahun berikutnya, dimana pemegang saham akan mendapatkan informasi tersebut dari pemberian pihak manajemen perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa apapun informasi yang terjadi dari kondisi saham suatu perusahaan adalah selalu memberi efek bagi keputusan investor sebagai pihak yang menerima sinyal tersebut. Keterkaitan teori sinyal dalam penelitian ini adalah setiap tindakan atau keputusan yang diambil oleh suatu perusahaan merupakan sinyal yang ditangkap oleh investor dan berdampak pada nilai perusahaan baik tinggi maupun rendah. Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017) nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini. Sedangkan menurut Silvia Indrarini (2019) nilai perusahaan merupakan persepsi dari investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.

Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019) profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari operasinya dan memberikan gambaran seberapa efektif manajemennya. Rasio profitabilitas menunjukkan bagaimana rasio likuiditas, manajemen aset, dan utang perusahaan berdampak pada hasil operasi (Brigham, 2016). Rasio profitabilitas mengevaluasi seberapa efektif manajemen perusahaan berdasarkan tingkat pengembalian dari penjualan dan investasi.

Struktur Modal

Menurut Subramanyam (2017) struktur modal adalah suatu gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara ekuitas yang dimiliki bersumber dari hutang jangka panjang (long term liabilities) dan ekuitas sendiri (shareholders equity) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan. Struktur modal merupakan salah satu bauran dari sumber pendanaan jangka panjang yang digunakan oleh perusahaan. Pengelolaan dana yang baik akan berdampak baik juga bagi suatu perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2019) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan dengan total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Dalam hal ini, jumlah aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk kegiatan operasinya dapat digunakan untuk menentukan ukurannya. Semakin banyak aset yang dimiliki suatu perusahaan maka semakin besar ukurannya dan semakin banyak modal yang ditanam.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti harga saham dan surat-surat berharga lainnya. Kesejahteraan pemegang saham dan perusahaan tercermin melalui harga pasar saham dari hasil keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan nilai profitabilitas dapat menunjukkan prospek perusahaan yang baik kepada para investor karena mereka tertarik pada perusahaan yang memiliki profitabilitas yang baik dan berpengaruh pada peningkatan permintaan saham dan nilai perusahaan. Kemudian penambahan hutang dalam struktur modal perusahaan tidak selalu memiliki dampak negatif. Hal ini karena hutang dapat dimanfaatkan sebagai tambahan dana investasi dan juga dapat menghasilkan penghematan pajak bagi perusahaan. Penghematan pajak ini akan meningkatkan laba bersih yang akan diterima oleh pemegang saham menjadi lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menggunakan hutang. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan ukuran perusahaan yang tidak terlalu besar dianggap akan menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum et al., (2022) yang menunjukan variabel profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan barang konsumsi. Penelitian Kannagi dan Veny, (2023) juga menunjukkan bahwa struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan

memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka dapat disusun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan ukuran untuk menilai kemampuan operasional suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan juga memberikan gambaran mengenai efisiensi manajemen perusahaan (Kasmir 2019). Hal ini menjadi dasar pengambilan keputusan investor bahwa bisnis dengan tingkat profitabilitas yang lebih tinggi lebih mampu meningkatkan keuntungan pemegang saham. Oleh karena itu rasio profitabilitas yang lebih tinggi menunjukkan nilai perusahaan.

Kusumaningrum et al (2022) dalam jurnalnya menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan dalam nilai profitabilitas dapat menunjukkan potensi positif bagi perusahaan, juga menarik minat investor karena banyak yang tertarik pada perusahaan dengan profitabilitas yang baik dan berdampak pada peningkatan permintaan saham dan nilai perusahaan. Maka dapat disusun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan

Perusahaan dalam menjalankan usahanya membutuhkan modal baik berasal dari internal maupun eksternal seperti hutang. Struktur modal adalah pertimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang dengan modal sendiri. Struktur modal mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, karena baik buruknya struktur modal berpengaruh terhadap posisi keuangan perusahaan.

Penelitian Priyatama dan Pratini (2021) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penambahan hutang dalam struktur modal perusahaan tidak selalu berdampak negatif, karena hutang dapat digunakan sebagai tambahan dana investasi maupun penghematan pajak perusahaan. Sama halnya dengan penelitian Kusumaningrum et al (2022) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Maka dapat disusun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H3 : Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Firm size dalam penelitian ini mencerminkan dimensi perusahaan yang terkait dengan total nilai aset. Jika ukuran perusahaan tinggi maka kemungkinan besar akan ada minat yang besar dari investor karena perusahaan yang berukuran besar cenderung memiliki stabilitas yang lebih tinggi. Jumlah aktiva, total penjualan dan rata-rata penjualan menunjukkan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan.

Penelitian Priyatama dan Pratini, (2021) menunjukkan dimana ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Dimana ukuran perusahaan yang terlalu besar dianggap sebagai sinyal negatif bagi para investor, akan mengakibatkan penurunan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang terlalu besar dianggap akan menyebabkan kurangnya efisiensi pengawasan kegiatan operasional dan strategi oleh jajaran manajemen, sehingga mengurangi nilai perusahaan. Maka dapat disusun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

METODE

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022 yang berjumlah 87 perusahaan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah purposive sampling, sampel yang diambil merupakan sampel yang dipilih berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, dalam penelitian ini menggunakan 44 perusahaan dengan total sampel 132. Adapun kriteria-kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Perusahaan consumer goods yang laporan keuangannya bisa diakses melalui website BEI pada tahun 2020-2022.

Perusahaan consumer goods yang mendapatkan laba bersih selama periode 2020-2022.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Pengukuran Nilai Perusahaan, dalam penelitian ini menggunakan ukuran price to book value (PBV). Menurut Brigham dan Houston (2019) nilai perusahaan berdasarkan Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar dalam menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Biasanya perusahaan yang dikelola dengan baik memiliki rasio Price to Book Value (PBV) diatas satu. Hal ini mencerminkan bahwa nilai saham perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur PBV dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Arianti & Putra, 2018) :

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = (\text{harga saham})/(\text{nilai buku})$$

Pengukuran Profitabilitas, dalam penelitian ini profitabilitas dapat diukur menggunakan return on asset (ROA). Karena ROA dapat diketahui dengan kemampuan perusahaan dalam mengukur seluruh aktiva yang dimiliki untuk memperoleh laba setelah pajak. Rasio profitabilitas menunjukkan bagaimana rasio likuiditas, manajemen aset, dan utang perusahaan berdampak pada hasil operasi (Brigham, 2016). . Profitabilitas penelitian ini dapat diproksikan dengan Return On Asset (ROA) menggunakan rumus sebagai berikut (Hery,2017) :

$$\text{ROA} = (\text{Laba Bersih Setelah Pajak})/(\text{Total Aset}) \times 100\%$$

Pengukuran Struktur Modal, dalam penelitian ini struktur modal dapat diukur menggunakan Debt to Equity Ratio (DER). Menurut Sugeng (2017) debt to equity ratio (DER) adalah indikator yang mencerminkan struktur modal perusahaan dengan membandingkan total utang perusahaan dengan total ekuitasnya. Rumus yang digunakan untuk menghitung DER adalah sebagai berikut (Kasmir 2019) :

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = (\text{Total Hutang})/(\text{Total Modal})$$

Pengukuran Ukuran Perusahaan, dalam penelitian ini ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinilai dari total aset yang dimiliki perusahaan. Total aset dalam rumus ini penting karena dapat digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan secara akurat dan konsisten. Rumus yang digunakan untuk mengukur firm size adalah sebagai berikut (Brigham dan Houston 2019) :

$$\text{Firm size} = \text{Ln (Total Asset)}$$

PEMBAHASAN

Hasil Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian adalah sebanyak 135 data dilihat dari kolom N dan diketahui minimum (nilai rendah), maksimum (nilai tertinggi), mean (rata-rata) dan standar deviasi setiap variabel. Hasil dari statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std.deviasi
Nilai Perusahaan	132	0.003	56.792	4.073	7.60157
Profitabilitas	132	0.000	0.503	0.321	0.08852
Struktur Modal	132	0.000	3.583	0.932	0.77821
Ukuran Perusahaan	132	13.773	30.735	21.989	5.57439

Sumber : data diolah

Nilai perusahaan rata-rata tertinggi (maksimum) sebesar 56.792 dipegang oleh PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2020. Sedangkan nilai rata-rata terendah (minimum) sebesar 0.003 dipegang oleh PT. Mulia Boga Raya Tbk pada tahun 2021 sampai 2022. Rata-rata PBV sebesar 4.073 menunjukkan bahwa perusahaan berjalan dengan baik, karena nilai perusahaan menunjukkan harga saham lebih besar diatas satu dari nilai bukunya . Tingginya nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap prospek perusahaan yang lebih baik dimasa mendatang. Standar deviasi (Std. Deviation) sebesar 7.601 yang menunjukkan adanya variasi nilai perusahaan yang tinggi.

Nilai profitabilitas rata-rata tertinggi (maksimum) sebesar 0.503 dipegang oleh PT. Central Proteina Prima Tbk pada tahun 2020. Sedangkan nilai rata-rata terendah (minimum) sebesar 0.000 dipegang oleh PT. Buyung Poetra Sembada Tbk pada tahun 2022. Rata-rata ROA selama 3 tahun (2020-2022) sebesar 32,1%. Jika dibandingkan dengan standar industri menurut Kasmir, (2019) sebesar 30%. Maka rasio yang dihasilkan berada diatas standar industri sehingga kinerja keuangan perusahaan dinilai dari *Return On Assets* (ROA) dalam kondisi baik. Sementara itu, standar deviasi yang relatif rendah yaitu 0.088 ini mengindikasikan bahwa perusahaan efektif dalam memanfaatkan aset-asetnya untuk menghasilkan laba yang stabil dan konsisten.

Nilai Struktur Modal rata-rata tertinggi (maksimum) sebesar 3.583 PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2022. Sedangkan nilai rata-rata terendah (minimum) sebesar 0.000 dipegang PT. Provident Agro Tbk pada tahun 2022. Rata-rata DER yang dihasilkan perusahaan selama 3 tahun (2020-2022) sebesar 93,2%. Jika dibandingkan dengan standar industri menurut Kasmir, (2019) sebesar 90%. Maka rasio yang dihasilkan menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan dalam keadaan kurang baik karena berada dibawah standar industri. Apabila nilai DER tinggi, ini berarti semakin besar kewajiban yang harus ditanggung perusahaan dan semakin besar porsi penggunaan utang dalam membiayai investasi pada aktiva. Standar deviasi 0.778 yang rendah mengindikasikan bahwa data mengenai DER memiliki tingkat variasi yang rendah, artinya perubahan DER dari waktu ke waktu cenderung stabil dan tidak terlalu fluktuatif.

Nilai ukuran perusahaan rata-rata tertinggi (maksimum) sebesar 30.735 dipegang oleh PT. Mayora Indah Tbk pada tahun 2022. Sedangkan nilai rata-rata terendah (minimum) sebesar 13.773 dipegang oleh PT. Akasha Wira International Tbk pada tahun 2020. Nilai rata-rata sebesar 21.989 dengan standar deviasi 5.574 yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki tingkat variasi data yang rendah. Standar deviasi yang rendah mengindikasikan bahwa data mengenai ukuran perusahaan cenderung stabil dan tidak terlalu bervariasi dari waktu ke waktu.

Tabel 2.
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.447	2.404		-2.266	.025
	Profitabilitas	26.788	5.497	.312	4.873	.000
	Struktur Modal	6.071	.647	.621	9.377	.000
	Ukuran Perusahaan	.059	.091	.043	.648	.518

Data yang terkumpul membentuk sebuah persamaan:

$$Y = -5.447 + 26.788 \text{ Profitabilitas} + 6.071 \text{ Struktur Modal} + 0,059 \text{ Ukuran Perusahaan} + 2.404$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai konstanta bernilai negatif sebesar -5.447 menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan, jika dianggap konstan (0) maka nilai PBV sebesar -5.447 pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2020-2022.
2. Nilai koefisien variabel profitabilitas (X1) bernilai positif 26.788. Hal ini berarti bahwa jika profitabilitas ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel struktur modal dan ukuran perusahaan dianggap konstan, maka akan meningkatkan skor nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2020-2022 sebesar 26.788.
3. Nilai koefisien variabel struktur modal (X2) bernilai positif 6.071 Hal ini berarti bahwa jika struktur modal ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan dianggap konstan, maka akan meningkatkan skor nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2020-2022 sebesar 6.071.
4. Nilai koefisien variabel ukuran perusahaan (X3) bernilai positif 0.059. Hal ini berarti bahwa jika ukuran perusahaan ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel profitabilitas dan struktur modal dianggap konstan, maka akan meningkatkan skor nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2020-2022 sebesar 0.071.

Tabel 3.

Hasil Uji koefisiensi determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.694 ^a	.482	.470	5.54353	1.974

Sumber : data diolah

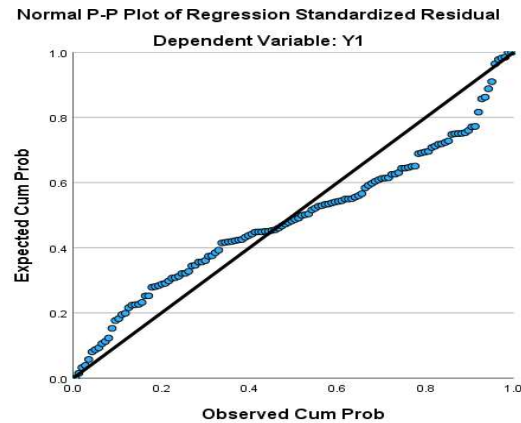
Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa nilai koefisiensi determinasi yang ditunjukkan dengan Adjusted R Square yaitu sebesar 0,470. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan menjelaskan variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 47 persen sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 53 persen (100 persen – 47 persen = 53 persen).

Tabel 3.

The Result of Linear Regression Analysis 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	23,650	2,418		9,779	0,000
<i>Experiential marketing</i>	0,540	0,126	0,398	4,293	0,000
R ²	0,158				
F Value	18,426				
Sig. F	0,000				

Sumber : Data diolah 2016



Gambar 1.

Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot

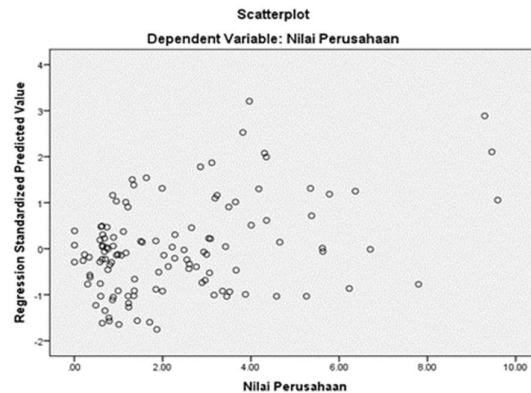
Grafik diatas memberikan penjelasan lengkungan menunjukan P-Plot di sekitar garis regresi. Grafik P-Plot diatas menunjukan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Dengan demikian, bahwa model regresi berdistribusi normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas.

Tabel 4

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Profitabilitas	.986	1.014
	Struktur Modal	.920	1.087
	Ukuran Perusahaan	.909	1.101

Dalam tabel 4 tersebut terlihat bahwa nilai dari variabel profitabilitas memiliki nilai tolerance 0,986 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Nilai dari variabel struktur modal memiliki nilai tolerance 0,920 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF 1,087 lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan nilai dari variabel ukuran perusahaan memiliki nilai tolerance 0,909 lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF 1,101 lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.



Gambar 2.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 pada grafik scatterplot membentuk pola titik-titik yang menyebar tidak membentuk pola tertentu dan tidak di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada regresinya.

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.694 ^a	.482	.470	5.54353	1.974

Perhitungan uji autokorelasi menggunakan perhitungan tabel Durbin-Watson (DW) menghasilkan 1,974. Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau tidak menggunakan perhitungan tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$ dengan syarat $DW > DU$ dan $DW < 4-DU$. Diketahui jumlah $N=132$ dan jumlah variabel independen 3 ($k=3$), nilai $DL = 1,6696$ nilai $DU = 1,7624$ dan nilai $4-DU = 2,2376$. Perhitungannya $1,7624 < 2,040 < 1,974$ ($DU < DW < 4-DU$) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam regresi.

Tabel 6
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3654.678	3	1218.226	39.829	.000 ^b
Residual	3915.012	128	30.586		
Total	7569.690	131			

Berdasarkan hasil tabel uji F diatas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 39,829 dan nilai signifikan menunjukkan angka 0,000 yang berarti bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan model layak untuk tahap pengujian selanjutnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022.

Tabel 7.
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.447	2.404		-2.266	.025
Profitabilitas	26.788	5.497	.312	4.873	.000
Struktur Modal	6.071	.647	.621	9.377	.000
Ukuran Perusahaan	.059	.091	.043	.648	.518

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
Dari pengujian variabel profitabilitas diperoleh nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **X1 diterima**.
2. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan
Dari pengujian variabel struktur modal diperoleh nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **X2 diterima**.
3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
Dari pengujian variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai signifikan 0,518 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **X3 ditolak**.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, yakni mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di BEI periode 2020-2022. Dapat diambil kesimpulan akan penelitian ini ialah profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian kesimpulan, implikasi dan keterbatasan atas penelitian yang dilakukan oleh peneliti, untuk tujuan perbaikan pada penelitian yang akan datang maka terdapat beberapa saran yaitu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan objek penelitian yang berbeda seperti leverage, pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen dan lainnya, serta dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode yang berbeda, agar memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat mengenai nilai perusahaan, dan juga diharapkan memperpanjang periode pengamatan dalam penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Arianti, N. P. A., & Putra, I. P. M. J. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas pada Hubungan Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Sekolah Tinggi Ilmu (STIE) Ekonomi Triatma Mulya*, 24(1), 20–46.
- Asiyah, B. N., Fahriani, F. Z., Sy, M., Habib, M. A. F., & Sosio, S. (2021). *Peran Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (Dinas PMD) Kabupaten Tulungagung dalam Meningkatkan Perekonomian Desa*. AKADEMIA PUSTAKA.
- Brigham, E. F. (2016). *Financial management: Theory and practice*. Cengage Learning Canada Inc.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Buku 2*.
- Heri, S. (2017). *Auditing & Asurans Pemeriksaan Akuntansi Berbasis Standar Audit Internasional*. Gramedia

- Widiasarana Indonesia.
- Hery, H. (2017). Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini Dalam Bidang Akuntansi Dan Keuangan (A. Pramono. *PT Gasindo, Anggota IKAPI*.
- Hery, S. E. (2017). *Teori Akuntansi: Pendekatan Konsep dan Analisis*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Irham, F. (2016). Pengantar manajemen keuangan. *Alfabeta. Bandung*.
- Kammagi, N., & Veny, V. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 41–55. <https://doi.org/10.30813/jab.v16i1.4030>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Pert). PT. Raja Grafindo Persada.
- Kusumaningrum, D. A., Hidayati, A. N., & Fuadilah, M. A. (2022). *YUME : Journal of Management Pengaruh Profitabilitas , Struktur Modal , Pertumbuhan Penjualan , Earning Per Share (EPS) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Ind. 5(2)*, 123–137. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.454>
- Priyatama, T., & Pratini, E. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018). *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 100. <https://doi.org/10.33087/eksis.v12i1.242>
- Silvia Indrarini, M. M. (2019). *Nilai perusahaan melalui kualitas laba:(Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Scopindo Media Pustaka.
- Sintyana, I. P. H., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), 757. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i02.p07>
- Subramanyam, K. R. (2017). *Analisa laoran keuangan* (Edisi kese). *Salemba Empat: Jakarta*.
- Sugeng, B. (2017). *Manajemen keuangan fundamental*. Deepublish.
- Yudistira, E. R., & Adiputra, I. M. P. (2020). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 176. <https://doi.org/10.23887/jjah.v10i2.25862>