

Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (studi pada sector industry barang consumer primer tahun 2019-2021)

Athiy Dina Rosihana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

Email: Athiy.dhx@bsi.ac.id

Abstract: This study aims to analyze whether profitability, leverage and liquidity have an influence on firm value with firm size as a moderating variable. The population of this study are companies in the Primary Consumer Goods Industry sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021. Using purposive sampling technique, 25 companies were taken as research samples. The research method is quantitative using the SPSS 25.0 program. Data analysis used descriptive statistical analysis methods, classic assumption test, multiple linear regression analysis, definite T-test, and moderate regression analysis (MRA). The results of the study found that only profitability (ROE) had a significant effect on firm value (PBV), while leverage (DER) and liquidity (CR) had no significant effect on firm value. Firm size cannot moderate the relationship between Profitability (ROE), Leverage (DER) and liquidity (CR) with firm value.

Keywords: Profitability, Leverage, Liquidity, Firm Value, Company Size

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah profitabilitas, *leverage* dan likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi. Populasi penelitian ini yakni perusahaan sector Industri Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Dengan teknik purposive sampling, diambil sebanyak 25 perusahaan sebagai sampel penelitian. Metode penelitian berupa kuantitatif dengan menggunakan program SPSS 25.0. Analisis data menggunakan metode analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji pastial T-test, dan uji *moderate regression analysis* (MRA). Hasil penelitian menemukan bahwa hanya profitabilitas (ROE) yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), sedangkan leverage (DER) dan likuiditas (CR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan antara Profitabilitas (ROE), Leverage (DER) dan likuiditas (CR) dengan nilai perusahaan.

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

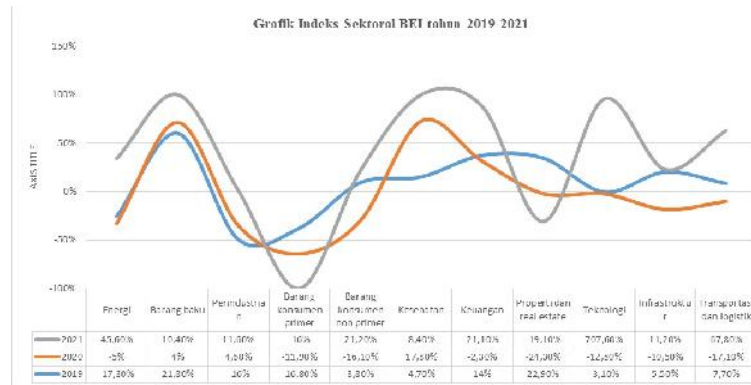
LATAR BELAKANG

Industri barang primer konsumen adalah perusahaan industri yang kegiatan produksinya mendistribusikan produk kepada konsumen. Pengertian barang konsumsi primer sendiri adalah kebutuhan pokok yang diinginkan konsumen setiap saat untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Nilai perusahaan merupakan penilaian seorang investor terhadap keberhasilan sebuah perusahaan dilihat dari harga saham perusahaan tersebut. Tinggi rendahnya nilai perusahaan salah satunya dipengaruhi rasio keuangan perusahaan seperti profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan juga ukuran perusahaan.

Berikut ini merupakan presentase indeks harga saham sektoral di BEI

Gambar 1. Grafik Indeks Sektoral BEI Tahun 2019-2021



Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2023

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa indeks sektor barang konsumen primer fluktuatif. Terlihat pada tahun 2019 indeks tersebut nilainya negatif sebesar -16,80%. Pada tahun 2020 sudah mengalami peningkatan tetapi masih negative yaitu sebesar -11,9%. Sedangkan pada tahun 2021 indeks tersebut mengalami penurunan sebesar 4,1 % yaitu menjadi -16%. Hal ini menunjukkan bahwa harga saham pada industri tersebut sedang lesu sehingga berpengaruh juga terhadap nilai perusahaannya. Nilai perusahaan yang meningkat akan tercermin dengan harga saham perusahaan yang meningkat pula. Investor akan lebih memilih berinvestasi terhadap perusahaan yang nilai perusahaannya tinggi karena dapat memberikan kemakmuran terhadap pemegang sahamnya (Atmaja, 2020).

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh rasio keuangan perusahaan seperti profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yerisma et al (2019) mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh negative tidak signifikan sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Aisyah et al(2022) menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *financial leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian temuan Triasesiarta (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan memperkuat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan *fenomena gap* dan adanya *research gap* tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian. Pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel

moderator. Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang yang diajukan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada barang konsumsi primer, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini akan menambah wawasan investor tentang kinerja keuangan perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk memilih investasi yang sesuai.

KAJIAN TEORITIS

Nilai Perusahaan

Menurut Astari et al (2019) nilai perusahaan merupakan suatu nilai yang dijadikan tolak ukur besar kecilnya kepentingan perusahaan dilihat dari sudut pandang investor, dan nilai perusahaan berhubungan dengan harga saham perusahaan. Harga saham merupakan indikator nilai perusahaan bagi perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (*go public*). Apabila harga saham meningkat maka akan meningkatkan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Apabila nilai perusahaan meningkat maka akan meningkatkan pula kemakmuran pemegang sahamnya karena imbal hasil yang akan diberikan juga akan semakin besar.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan terdiri dari laba kotor, laba operasi dan laba bersih (Utari et al, 2014). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan keuntungan yang tinggi kepada investor. Rasio profitabilitas digunakan untuk memperkirakan kemampuan perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya sendiri untuk menghasilkan keuntungan dari seluruh aktivitas bisnis, sehingga mempengaruhi nilai perusahaan.. Hal ini sesuai dengan temuan Mudjijah et al (2019) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Hidayat (2022) juga menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis yang dapat ditarik adalah:

H1: profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage (hutang) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang untuk operasional perusahaan (Suad Husnan, 2019).

Menurut Home (1997) dalam Dedi (2018) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang tinggi berarti perusahaan tersebut tidak solvable artinya hutang perusahaan lebih besar daripada total asset perusahaan. Sehingga apabila hutang

perusahaan tersebut tinggi akan berpengaruh juga terhadap minat investor bernvestasi di perusahaan tersebut, sehingga akan berpengaruh juga terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Dedi (2018) yang menghasilkan bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang dapat ditarik yaitu:

H2: Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi semua kewajibannya yang jatuh tempo (Utari et al, 2014). Perusahaan yang likuid merupakan perusahaan yang mampu memenuhi semua kewajibannya yang jatuh tempo dan perusahaan yang tidak likuid berarti perusahaan tersebut tidak bisa memenuhi semua kewajibannya. Perusahaan yang rasio likuiditasnya baik berarti perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Triasesiarta (2019) bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang dapat ditarik yaitu:

H3: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variable moderasi

Semakin tinggi profitabilitas akan semakin tinggi nilai perusahaannya karena perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi, sehingga para investor akan berpikir bahwa nantinya perusahaan mampu memberikan kemakmuran bagi pemegang sahamnya. Besar kecilnya perusahaan dapat tercermin dari ukuran perusahaan yang terlihat dari aktiva yang dimiliki perusahaan, jumlah penjualan perusahaan serta kapitalisasi pasarnya. Besarnya ukuran perusahaan mempengaruhi kemampuan perusahaan tersebut *go public* sehingga perusahaan tersebut akan semakin dikenal masyarakat luas sehingga akan berpengaruh terhadap nilai perusahaannya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Slamet et al (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang dapat ditarik yaitu:

H4: Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variable moderasi

Ukuran perusahaan dianggap berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin besar perusahaan tersebut maka akan semakin mudah untuk memperoleh sumber pendanaan diluar dana internal perusahaan. Selain itu ukuran perusahaan juga berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam menanggung resiko dikemudian hari, karena perusahaan yang besar memiliki control yang lebih baik sehingga dikemudian hari akan lebih mampu

menghadapi persaingan ekonomi. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yerisma et al (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang dapat ditarik yaitu:

H5: Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variable moderasi

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. Tingginya tingkat likuiditas dianggap baik karena perusahaan tersebut dianggap likuid sehingga perusahaan tersebut mampu membayar hutang lancar dengan menggunakan asset lancar yang dimiliki. Perusahaan yang besar dianggap oleh investor memiliki asset yang besar juga sehingga berpengaruh juga terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erna, et al (2018) bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang dapat ditarik yaitu :

H6 : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran atau besarnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari seberapa besar aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Wimelda dan Marlinah, 2013). Perusahaan yang besar cenderung lebih tahan terhadap resiko kebangkrutan dan lebih rendah mengalami kesulitan keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Data yang digunakan yaitu laporan keuangan perusahaan periode 2019-2021 yang diperoleh melalui www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Penentuan jumlah sampel menggunakan teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan mempertimbangkan beberapa kriteria yang sesuai (Sugiyono, 2017). Berikut ini beberapa kriteria yang digunakan:

1. Perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar berturut-turut selama tahun 2019-2021
2. Perusahaan barang konsumen primer yang memperoleh laba selama 2019-2021
3. Perusahaan barang konsumen primer yang nilai ekuitasnya positif selama 2019-2021

Berdasarkan kriteria sampel yang dipakai, sebanyak 25 perusahaan sector industry barang konsumen primer yang memenuhi kriteria tersebut. Waktu pengamatan selama 3 tahu dari tahun 2019-2021 yang dijadikan sampel penelitian ini.

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis regresi berganda. Untuk itu perlu dilakukan analisis data, keseluruhan uji dilakukan dengan menggunakan software SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat normalitas data adalah dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan exact test Monte Carlo dalam melakukan pengujian Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat confidence level sebesar 95%. Menurut Ghozali (2018), dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan exact test Monte Carlo yaitu apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansinya lebih kecil sama dengan 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi secara normal.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		75	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,72418486	
Most Extreme Differences	Absolute	,133	
	Positive	,133	
	Negative	-,110	
Test Statistic		,133	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,33 ^d	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	,126
		Upper Bound	,140

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 62438734.

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Menurut hasil Kolmogorov Smirnov Test di atas terlihat bahwa nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05 sehingga data tersebut terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk menguji apakah model regresi tersebut terdapat korelasi antar variable independen atau tidak. Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF dan tolerance nya. Jika nilai tolerance lebih dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas, begitu pula sebaliknya jika nilainya kurang dari 0,10 maka terjadi multikolinieritas. Jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, begitu pula sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 maka data tersebut terjadi multikolinieritas.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	5,466	1,169		4,677	,000		
	ROE	10,526	3,082	,473	3,415	,001	,622	1,607
	DER	,436	,666	,108	,655	,515	,439	2,278
	CR	-,134	,270	-,066	-,496	,621	,670	1,492
	SIZE	-,145	,057	-,440	-2,569	,012	,408	2,450

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji Multikolinieritas terlihat bahwa nilai VIF dibawah 10, sedangkan nilai tolerance nya lebih besar dari 0,10. Maka dapat diartikan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variable independen.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance (varian) dari nilai residualnya. Salah satu caranya yaitu dengan menggunakan uji glejser, yaitu dengan meregresikan variable independen terhadap nilai Absolute residual. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas, begitu pula sebaliknya jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,982	,639		3,103	,003
	ROE	3,137	1,684	,274	1,863	,067
	DER	,137	,364	,066	,377	,708
	CR	-,096	,148	-,092	-,648	,519
	SIZE	-,028	,031	-,167	-,916	,363

a. Dependent Variable: Abs_RES_1

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji Glejser terlihat bahwa nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menunjukkan korelasi anggota observasi yang diurutkan berdasarkan waktu atau ruang (Ghozali, 2018). Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,42996
Cases < Test Value	37
Cases >= Test Value	38
Total Cases	75
Number of Runs	34
Z	-1,045
Asymp. Sig. (2-tailed)	,296

a. Median

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,954	,671		4,403	,000
	ROE	,248	,101	,327	2,449	,017
	DER	-,616	,544	-,153	-1,133	,261
	CR	-,341	,267	-,169	-1,277	,206

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : data diolah SPSS, 2023

Persamaan regresi linier berganda yang kita dapatkan dari table 5 diatas yaitu :

$$Y = 2,954 + 0,248X_1 - 0,616X_2 - 0,341X_3$$

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis berupa Uji Parsial (uji t) yang berfungsi menunjukkan tingkat signifikansi yang menjelaskan pengaruh individual variabel independen terhadap variabel dependen. Ketika t hitung > t tabel dan untuk signifikansi, jika < 0,05 berarti ada pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependent, begitupun sebaliknya. Sedangkan untuk melihat pengaruh variabel moderator, maka dilakukan Uji Moderate Regression Analysis (MRA).

Uji T

Menurut Ghozali (2018), uji t digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variable independen terhadap variable dependen. Uji t memiliki nilai signifikansi = 5%.

Jika nilai signifikansi t (p-value) kurang dari 0,05, maka hipotesis tersebut diterima. Hipotesis menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 6. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,466	1,169		4,677	,000
	ROE	10,526	3,082	,473	3,415	,001
	DER	,436	,666	,108	,655	,515
	CR	-,134	,270	-,066	-,496	,621
	SIZE	-,145	,057	-,440	-2,569	,012

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa ROE dan Ukuran perusahaan mempunyai nilai signifikan <0,05 yang berarti bahwa ROE dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan DER dan CR mempunyai nilai signifikansi >0,05 yang berarti bahwa DER dan CR tidak mempunyai pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji MRA

Tabel 7. Uji MRA Profitabilitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,958	1,129		4,391	,000
	ROE	,478	,947	,631	,505	,615
	SIZE	-,125	,048	-,380	-2,614	,011
	ROE_M	-,004	,033	-,174	-,136	,892

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil output di atas terlihat bahwa nilai signifikansi variable ROE_M (ROE*Size) lebih besar dari 0,05 yaitu berarti bahwa ukuran perusahaan tidak bisa menjadi variable moderasi antara ROE dan nilai perusahaan.

Tabel 8. Uji MRA Leverage

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,102	1,269		2,445	,017
	DER	7,690	4,873	1,907	1,578	,119
	SIZE	-,021	,056	-,063	-,368	,714
	DER_M	-,260	,175	-1,868	-1,484	,142

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil di atas nilai signifikansi variable DER_M (DER*Size) lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa ukuran perusahaan tidak dapat menjadi variable moderasi hubungan antara leverage dengan nilai perusahaan.

Tabel 9. Uji MRA Likuiditas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,276	2,251		1,900	,062
	CR	-,417	1,124	-,206	-,371	,712
	SIZE	-,062	,087	-,189	-,714	,477
	CR_M	,015	,043	,223	,351	,726

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : data diolah SPSS, 2023

Dari hasil di atas terlihat bahwa nilai signifikansi CR_M (CR*Size) lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan.

Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa ROE mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Mudjijah et al (2019) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. DER dan CR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga bertolak belakang dengan hasil penelitian Dedi (2018) dan Nur Triasesiarta (2019) yang menunjukkan bahwa *leverage* dan likuiditas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji MRA, ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan antara ROE, DER dan CR terhadap nilai perusahaan sektor industri barang consumer primer tahun 2019-2021. Sehingga terdapat implikasi bagi investor yang nantinya berinvestasi pada sektor industri barang primer sebaliknya tidak hanya memperhatikan rasio Profitabilitas, *leverage*, likuiditas, Nilai Perusahaan serta Ukuran Perusahaan saja, tetapi perlu untuk memperhatikan diluar variabel tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
2. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
3. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
4. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
5. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan
6. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Saran bagi penelitian selanjutnya dengan mengambil topik yang sama disarankan untuk:

1. Menambah variabel-variabel independen lain dalam penelitian, karena masih banyak variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti risiko bisnis, pertumbuhan aktiva agar penelitian bisa memberi hasil yang lebih baik lagi.
2. Subyek penelitian lebih diperluas pada sub sektor lainnya, seperti sub sektor jasa dan menambah periode penelitian, sehingga data dan hasil penelitian lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Noviani R & Farahiyah Sartika. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Financial Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* Vol.10 No.1 Tahun 2022.
- Astari Y, Risal R & Mujino. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018 : *Jurnal Ilmiah MEA* Vol 3 No.3 September-Desember 2019.
- Atmaja, Sukarta. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan di Sektor Pertanian pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019 : *Jurnal Manajemen dan Bisnis* ESSN : 2686-5939 ISSN : 2686-0554 FEB UNBAJA.
- Bursa Efek Indonesia <http://www.idx.co.id>. Tahun akses 2023.
- Dedi, Rossidi & Erna L. (2018). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang Terdaftar di BEI : *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi* Vol. X No.1 Februari 2018.
- Erna, Ardiana. (2018). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016 : Diponegoro *Journal of Management* Vol.7 No.2 Tahun 2018.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hidayat, Imam & Khusnul K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Periode 2018-2020 : *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* Vol.10 No.1, 2022 ISSN 2337-7852.
- Husnan, Suad. (2019) *Manajemen Keuangan Edisi 3* : Universitas Terbuka Jakarta.
- Mudjijah S, Zulvia K & Diah ASA. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan : *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol 8 No.1 April 2019 ISSN:2252-7141.
- Nur, Triasesiarta. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi : ESENSI, *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol 22 No.1/ 2019.
- Slamet, Khalid, Z & Astuti, D.A.S.M. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol.8 No.1 Hal 41-56.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*: CV Alfabeta.
- Utari, Dewi, Ari Purwanti & Darsono Prawironegoro. (2014). *Manajemen Keuangan Edisi Revisi*: Mitra Wacana Media.
- Wimelda, Linda & Aan Marlinah. (2013). Variabel-variabel yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Publik Sektor Non Keuangan : *Media Bisnis* Edisi November.

Yerisma W, Elly S, Khairul A & Ernest G. (2019). Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Serta Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderat pada Perusahaan Makanan dan Minuman : *Financial Jurnal Akuntansi* Volume 5 Nomor 2, Desember 2019 (Hal 1-10).