

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Andra Galang Nugraha

Andragalang19@gmail.com

Taufik Maulid

taufikmaulid123@gmail.com

Syaikhul Falah

Bill J.C Pangayouw

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cenderawasih

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Profitabilitas, *leverage*, *good corporate governance* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan Pada Perusahaan yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Yang Memiliki Skor *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* Selama Periode 2015 hingga 2017.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *puspositive sampling* dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 10 perusahaan. Data diperoleh dari publikasi Bursa Efek Indonesia (BEI) 2015 - 2017. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan profitabilitas, *leverage*, *good corporate governance* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas, *leverage* dan *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Kata kunci: nilai perusahaan; profitabilitas; *leverage*; *good corporate governance*; ukuran perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Salah satu hal yang sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu cara pengelolaan perusahaan. *Good corporate governance* merupakan salah satu faktor yang kini menjadi isu penting dan krusial untuk perusahaan sehingga perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan, Aprianingsih (2016). Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan memperhatikan profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang mengacu dari laba yang didapatkan oleh perusahaan, Rudangga dan Sudiarta (2013). Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Apabila semakin besar ukuran atau skala dari perusahaan maka akan semakin lancar pula perusahaan mendapatkan sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Rahmadani dan Rahayu (2017), Semakin rendah hutang dalam suatu perusahaan dapat menarik para investor memberikan pendanaan karena laba perusahaan akan lebih sering digunakan sebagai deviden dan hal itu akan mengakibatkan nilai dari perusahaan tersebut meningkat. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh antara profitabilitas, *leverage*, *good corporate governance*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Sedana (2015), Dewi rahmawati, Topowijono dan Sulasmiyati (2015), Ayu dan Suarjaya (2018), meneliti mengenai pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan yang memiliki hasil yang sama yaitu Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Merlia Triyana Putri (2017) bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Sambora, Handayani dan Rahayu (2014) bahwa *leverage* tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan, tetapi menurut Linawaty dan Ekadjaja (2017) meneliti pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan yang memiliki hasil bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Kemudian berdasarkan penelitian yang dilakukan Prasetyorini (2013) bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Wahyudi, Chuzaimah dan Sugiarti (2017) mempunyai hasil penelitian bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda lagi dengan penelitian yang dilakukan Dewi dan Wirajaya (2013) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh pada Nilai Perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratiwi dan Rahayu (2015) yang meneliti mengenai pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, *Good Corporate Governace* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan menguji kembali faktor – faktor yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya untuk melihat hasil yang konsisten atau berubah – ubah.

2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Agency theory adalah teori yang menjelaskan *tentang agency relationship*. *Agency relationship* merupakan hubungan antara dua pihak, dimana pihak pertama bertindak sebagai principal dan pihak kedua disebut agen yang bertindak sebagai perantara yang mewakili prinsipal dalam melakukan transaksi dengan pihak ketiga. Pada *agency theory* yang disebut prinsipal adalah pemegang saham dan yang dimaksud dengan agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

Teori agensi muncul untuk mengatasi permasalahan agensi yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan. Adanya pemisahan kepemilikan oleh principal dan pengendalian oleh agen dalam sebuah organisasi sering menimbulkan konflik keagenan antara principal dan agen. Para pemegang saham atau investor yang dimaksud dengan principal sedangkan orang yang diberikan kuasa oleh principal yaitu manajemen yang bertugas mengelola perusahaan disebut agen. Menurut Indriyani (2017) teori agensi pada dasarnya adalah teori mengenai struktur kepemilikan perusahaan yang dioperasikan oleh manajer bukan pemilik, sesuai kenyataan bahwa manajer profesional bukan agen yang kompeten dari pemilik perusahaan, dengan demikian agen tidak selalu bertindak untuk kepentingan pemilik. Di dalam kontrak ini agen berkewajiban untuk melakukan hal-hal yang dianggap memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan principal. Dari perbedaan kepentingan itu dapat menimbulkan konflik.

2.2 Teori Signal (*Signaling Theory*)

Signaling theory adalah suatu teori dimana perubahan dividen merupakan sebuah ‘sinyal’ mengenai prospek profitabilitas dimasa yang akan datang. Peningkatan dividen yang membuat pasar memiliki reaksi positif akan mendukung *signaling theory*.

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor, kreditur). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selalu berdampak pada para *stakeholders* seperti karyawan, pemasok, investor, pemerintah, konsumen, serta masyarakat. Kegiatan-kegiatan tersebut menjadi perhatian dan minat dari para *stakeholders*, terutama para investor dan calon investor sebagai pemilik dan penanam modal perusahaan.

Menurut Spence (2006) teori sinyal dapat disimpulkan merupakan sebuah asimetri informasi yang saling berkaitan antara pihak pengirim dan penerima, dimana pengirim memiliki informasi penuh sedangkan pihak penerima tidak memiliki informasi, kemudian pengirim memberikan sinyal kepada penerima. Maksudnya adalah pihak pengirim yang memiliki data kondisi informasi perusahaan memberikan sinyal kepada pihak penerima dengan tujuan meyakinkan pihak penerima dengan kondisi kinerja perusahaan. Pihak perusahaan memiliki batasan informasi laporan keuangan yang diterima oleh pihak eksternal menjadikan para investor kurang mendapat pengetahuan terkait kondisi perusahaan, sehingga menyebabkan para investor enggan untuk menanamkan saham di perusahaan yang tidak menyediakan informasi laporan keuangan. Untuk mengatasi permasalahan kurangnya informasi perusahaan yang diterima pihak eksternal maka sebuah

perusahaan harus memberikan sinyal pada pihak luar untuk memberikan pengetahuan kepada pihak eksternal terkait kondisi perusahaan

2.3 Nilai Perusahaan

Prasetyorini (2013) Nilai perusahaan merupakan harga yang sanggup dibayar oleh para calon pembeli (investor) semisal perusahaan tersebut hendak dijual. Nilai perusahaan yang baik dapat dilihat dari harga saham perusahaan tersebut.

$$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

$$BVS = \frac{\text{Total Shareholder's Equity} - \text{Preferred Stock}}{\text{Common Shares Outstanding}}$$

2.4 Profitabilitas

Menurut Nishanthini dan Nimalathasan (2014) Profitabilitas adalah ukuran utama keberhasilan perusahaan secara keseluruhan. Rasio profitabilitas digunakan mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba.

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

2.5 Leverage

Menurut Kurniati dan Saifi (2018) *leverage* merupakan hutang yang digunakan untuk membiayai perusahaan yang merupakan hasil dari keputusan yang diambil perusahaan. Perusahaan yang menyandang nilai *leverage* yang besar, maka perusahaan memiliki tingkat risiko yang tinggi dalam mengembalikan hutangnya, kejadian tersebut dapat membuat investor berpikiran bahwa nilai saham dapat turun akibat risiko tersebut.

$$\text{Debt to Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Net Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

2.6 Good Corporate Governance

Good corporate governance merupakan wujud pengelolaan perusahaan yang baik, di dalamnya tersisip suatu sistem perlindungan terhadap kepentingan pemegang saham sebagai pemilik perusahaan dan kreditur sebagai penyandang dana eksternal, Sukamulja (2004). *Good corporate governance* dapat menekan atau menurunkan biaya keagenan dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

2.7 Ukuran Perusahaan

Salah satu variabel yang patut dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan yaitu ukuran perusahaan, Bagus, I Gusti Pratama dan Wiksuana (2016). Ukuran perusahaan dapat dianggap gambaran total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan.

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

2.8 Pengembangan Hipotesis dan Penelitian Terdahulu

2.8.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Dalam penelitian yang dilakukan Wijaya dan Sedana (2015) mengatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dewi rahmawati, Topowijono dan Sulasmiyati (2015), juga melakukan penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan di mata investor dari segi keuangannya. Pertumbuhan profitabilitas dari setiap periode dianggap sebagai sinyal positif oleh investor terkait kinerja perusahaan yang semakin baik dan prospek usaha yang semakin menjanjikan di masa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis pertama penelitian ini sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage menunjukkan sejauh mana ekuitas atau modal suatu perusahaan dibiayai oleh utang. Semakin besar rasio solvabilitas menandakan aset dalam suatu perusahaan akan banyak dibiayai oleh hutang. Investor tentu akan menyukai rasio leverage yang kecil karena laba perusahaan akan banyak digunakan dalam pembagian deviden dibanding angsuran utang, Rahmadani dan Rahayu (2017). Menurut penelitian yang dilakukan Rudangga dan Sudiarta (2013), Pratama dan Wiksuana (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis pertama penelitian ini sebagai berikut:

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate governance preception index (CGPI) merupakan sebuah hasil riset yang dilakukan oleh *The Indonesian Insitute For Corporate Governance* (IICG) bekerjasama dengan majalah SWA untuk mengukur tingkat Corporate governance yang di terapkan di perusahaan Indonesia. Dengan adanya pemeringkatan corporate governance dalam bentuk *corporate governance preception index* (CGPI), investor dapat menduga bahwa perusahaan yang menduduki peringkat tertinggi akan lebih baik tata kelola perusahaannya dibandingkan perusahaan yang menduduki peringkat dibawah. Menurut Randy dan Juniarti, (2013), Reny Dyah Retno M dan Denies Priantinah M.Si (2012) hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* (dengan proksi CGPI) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis pertama penelitian ini sebagai berikut:

H3: *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Dalam penelitian Pratama & Wiksuana (2016) mengenai pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Rudangga dan Sudiarta (2013) juga melakukan penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pembahasan diatas, maka hipotesis keempat penelitian ini, sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan materi, metode, survey, kuesioner, dll. yang digunakan dalam penelitian. jelaskan apakah penelitian yang digunakan adalah *experimental*, *review study*, *simulation based*, atau berdasarkan survey. Deskripsikan software dan hardware yang digunakan dalam penelitian beserta merknya. Sebutkan semua riset penelitian, asumsi disertai teori pendukung. Bagian ini harus gamblang sehingga memudahkan pembaca untuk mengulangi penelitian dengan kondisi yang mirip

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki skor CGPI periode 2015-2017. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.1 Pemilihan sampel

Langkah	Keterangan	Jumlah perusahaan
1	Perusahaan yang mengikuti program <i>Corporate Governance Perception Index</i> (CGPI) periode 2015 – 2017	51
2	Perusahaan yang tidak konsisten terdaftar dalam peserta	(21)

	<i>Corporate Governance Perception Index (CGPI)</i> pada tahun 2015 -2017	
3	Perusahaan peserta <i>Corporate Governance Perception Index (CGPI)</i> yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015 -2017	(11)
Jumlah sampel		10
Total data yang diteliti pada tahun 2015-2017 adalah 10 x 3 = 30		

Sumber: Penulis (2019)

Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 30 sampel yang terdiri dari 10 perusahaan dengan periode waktu penelitian selama empat tahun. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data regresi berganda. Model regresi berganda dalam dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$NP = a + \beta_1PROF + \beta_2LEV + + \beta_3GCG + \beta_4UK + e$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan harus memuat analisis penemuan penelitian yang logis dan ilmiah. Sajikan bukti untuk mendukung analisis Anda dengan mengutip penelitian-penelitian atau teori sebelumnya.

4.1 Analisis statistik diskriptif

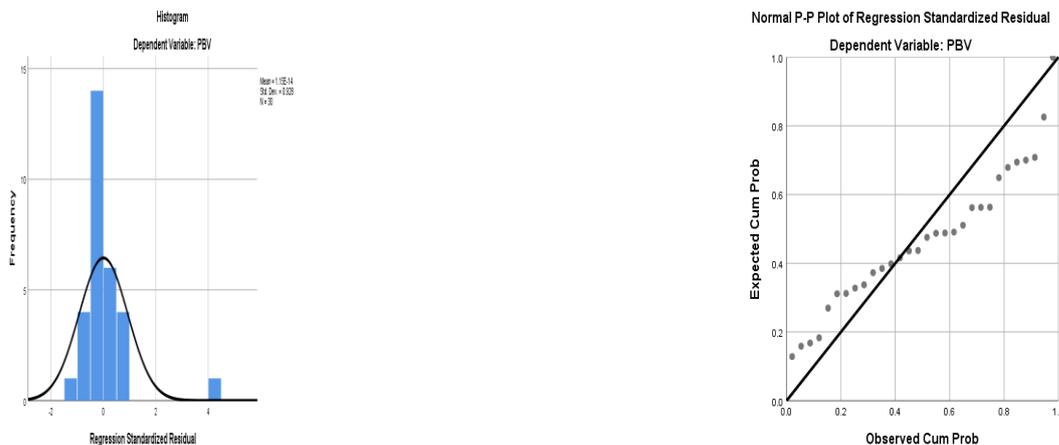
Tabel 4.1

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	30	.80	9.02	1.8040	1.58701
ROA	30	.00	.52	.0607	.10092
DAR	30	.37	1.92	.8053	.38356
CGPI	30	72.69	93.86	86.3300	5.20114
FIRM SIZE	30	12.82	15.05	14.0713	.81789
Valid N (listwise)	30				

4.2 Uji Normalitas

Dalam uji normalitas dapat dilakukan dengan mengamati normal grafik histogram dan *probability plot* Ghozali (2011). Berdasarkan grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kanan dan grafik normal P-Plot terlihat titik – titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat diartikan data berdistribusi normal.

Gambar 4.2



4.3 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.3

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	.396	2.527
	DAR	.216	4.640
	CGPI	.117	8.567
	FIRM SIZE	.158	6.322

a. Dependent Variable: PBV

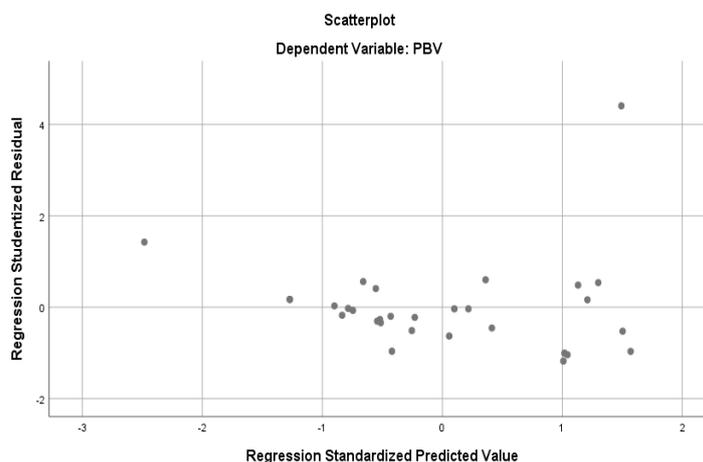
Sumber: Data olahan SPSS (2019)

Berdasarkan hasil analisis, tidak ada variabel independen dalam penelitian ini yang memiliki nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan tidak adanya masalah multikolonier.

4.4 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 dapat disimpulkan, bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung heteroskedastisitas atau data menyebar secara acak serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Gambar 4.4



4.5 Uji Autokorelasi

Tabel 4.5

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.555 ^a	.308	.197	1.42220	2.247

Tabel 4.6

Pengujian asumsi autokorelasi

dL	dU	4 - dL	4 - dU	DW	Interprestasi
1,142	1,738	2,858	2,262	2,247	Tidak terjadi Autokolerasi

Dari hasil pengujian autokolerasi pada tabel 5 diatas, nilai DW 2,247 lebih besar dari nilai (dU) yakni 1,738 dan kurang dari nilai (4 - dU) sebesar 2,262 ($dU < DW < 4 - dU$) maka dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4.6 Uji Koefisien Determinasi (adjusted R2)

Berdasarkan tabel 6 terlihat bahwa hasil pengujian yang dilakukan besarnya nilai *Adjusted R Square* pada model summary sebesar 0,197 atau 19%. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel independen (*profitabilitas, leverage, good corporate governance* dan ukuran perusahaan) dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 17%, sedangkan sisanya ($100\% - 17\% = 83\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian yang mungkin dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Tabel 4.6

Model	R	R Square	Adjusted Square	R
1	.555 ^a	.308	.197	

4.7 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tabel 4.7

Model	F	Sig.
1		
Regression	2.778	.049 ^b
Residual		
Total		

Dari uji yang ditunjukkan dalam tabel 7, terlihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,049. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *profitabilitas, leverage, good corporate governance* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.8 Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.8

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.252	6.834		-1.207	.239
	ROA	4.811	4.160	.306	1.157	.258
	DAR	-2.513	1.483	-.607	-1.694	.103
	CGPI	-.229	.149	-.749	-1.538	.137
	FIRM SIZE	.973	.353	1.154	2.759	.011

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa dari keempat variabel yang dimasukkan ke dalam model regresi, terlihat bahwa variabel ukuran perusahaan (*firm size*) memiliki pengaruh signifikan, sementara *profitabilitas* (ROA), *leverage* (DAR), dan *good corporate governance* (CGPI) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas *firm size* sebesar $0,011 < 0,05$. Sementara *profitabilitas* sebesar $0,258 > 0,05$, *leverage* sebesar $0,103 > 0,05$ dan *good corporate governance* sebesar $0,137 > 0,05$.

Sehingga dengan melihat hasil analisis data *unstandardized coefficient* pada tabel 8 maka diperoleh persamaan model regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 NP &= a + \beta 1 PROF + \beta 2 LEV + \beta 3 GCG + \beta 4 UK + e \\
 &= -8.252 + 4.811 - 2,513 - 0,229 + 0,973 + e
 \end{aligned}$$

4.9 Pembahasan Hipotesis

4.9.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel 8 diperoleh hasil koefisien regresi untuk variabel profitabilitas memiliki nilai probabilitas sebesar $0,258 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis persamaan H1, **ditolak**. Nugroho dan Abdani, (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya meskipun perusahaan mengalami peningkatan keuntungan namun perusahaan menggunakan keuntungan tersebut untuk laba ditahan dan tidak dibagikan kepada pemegang saham. Sehingga investor menganggap itu signal yang bersifat negatif dan berdampak pada nilai perusahaan. Jadi rasio profitabilitas tidak mempengaruhi para investor untuk melakukan investasi ke perusahaan.

4.9.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel 8 diperoleh hasil koefisien regresi untuk variabel leverage memiliki nilai probabilitas sebesar $0,103 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis persamaan H2, **ditolak**. Hasil penelitian ini sejalan dengan Novari dan Lestari (2016) dan Sambora (2014) yang menyatakan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, perusahaan dalam mendanai aktivitya cenderung menggunakan modal sendiri (*internal financing*) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham dari pada menggunakan hutang.

4.9.3 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai perusahaan

Hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel 8 diperoleh hasil koefisien regresi untuk variabel *Good corporate Governance* memiliki nilai probabilitas sebesar $0,137 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis persamaan H3, **ditolak**. *Good corporate governance* yang diproksikan dengan skor CGPI tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang dapat diartikan tinggi atau rendahnya skor CGPI perusahaan belum tentu meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan. Sehingga hal ini tidak sesuai dengan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa secara teoritis *good corporate governance* yang baik tercermin dari skor CGPI yang tinggi, mampu meyakinkan investor bahwa perusahaan telah berusaha untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para investor dan menandakan bahwa perusahaan memiliki pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan profesional sehingga perusahaan memiliki efektifitas manajemen yang tinggi dalam mengelola perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap asset yang diinvestasikan oleh investor, sehingga hal ini menimbulkan penilaian positif dan baik terhadap perusahaan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

4.9.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel 4.9 diperoleh hasil koefisien regresi untuk variabel profitabilitas memiliki nilai probabilitas sebesar $0,011 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis persamaan H4, **diterima**. Penelitian yang dilakukan Rudangga dan Sudiarta (2013) memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diartikan bahwa perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar akan disukai oleh investor karena perusahaan tersebut memiliki asset dalam jumlah besar yang berdampak pada peningkatan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka banyak investor yang tertarik untuk menanamkan investasi pada perusahaan tersebut dan mengakibatkan nilai perusahaan pun ikut meningkat.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5.2 Saran

Bagi Peneliti selanjutnya untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, penelitian selanjutnya dapat memperpanjang periode penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianingsih, A. (2016). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance, Struktur Kepemilikan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan, (5), 1–16.
- Dewi rahmawati, A., Topowijono, & Sulasmiyati, S. (2015). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23 (2)(2), 1–7. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/85999-ID-pengaruh-ukuran-perusahaan-profitabilita.pdf>
- Ghozali, I. (2011). Ekonometrika: teori, konsep dan aplikasi dengan SPSS 17. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang Indonesia.*
- Kurniati, R. A., & Saifi, M. (2018). PENGARUH EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP PROGRAM (ESOP) DAN LEVERAGE TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 62(2)*. Retrieved from www.finansialku.com
- Nishanthini, A., & Nimalathasan, B. (2014). Determinants of profitability: a case study of listed manufacturing companies in Sri Lanka. *Journal of Management*, 8(1), 42. <https://doi.org/10.4038/jm.v8i1.7556>
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan Real Estate. *Jurnal Manajemen*, 5(9), 5671–5694.
- Nugroho, W. C., & Abdani, F. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Dividend Policy, Leverage, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Konstruksi Di Bursa Efek Indonesia, 3(2), 54–67.
- Prasetyorini, B. F. (2013). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PRICE EARNING RATIO DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 183–196.
- Pratama, G. B. A., & Wiksuana, G. B. (2016). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338–1367.
- Rahmadani, F. D., & Rahayu, S. M. (2017). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG), PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Pada BEI Periode 2013-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 52(1), 173–182.
- Randy, V., & Juniarti. (2013). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Business Accounting Review*, 1(2), 306–318. <https://doi.org/10.1080/00420986820080431>
- Reny Dyah Retno M, & Denies Priantinah M.Si., A. (2012). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG

TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2007-2010). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/998-3068-1-pb.pdf>

Rudangga, G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2013). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394–4422.

Sambora, M. N., Handayani, S. R., & Rahayu, S. M. (2014). PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI periode tahun 2009 – 2012). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Wijaya, B. I., & Sedana, I. B. P. S. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4477–4500.