



Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2021

Facrul Rozi¹, Mekar Melisa Amalia²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Dharmawangsa, Medan

Corresponding author: facrulrozi@dharmawangsa.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received :

Accepted :

Published :

Kata Kunci:

Profitabilitas;

Leverage;

Ukuran Dewan

Komisaris;

Ukuran Perusahaan;

Nilai Perusahaan.

Keyword:

Profitability;

Leverage;

Board Size;

Company Size;

Firm Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris mengenai profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan dalam memprediksi nilai perusahaan dengan menguji masing-masing variabel. Objek penelitian adalah perusahaan consumer goods yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling jenuh, yang melibatkan 45 perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017- 2021 dengan periode pengamatan selama 5 (lima) tahun adalah sebanyak 225 sampel perusahaan. penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, leverage dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence regarding profitability, leverage, board size and company size in predicting firm value by testing each variable. The object of research is consumer goods companies listed on the IDX for the period 2017-2021. The sampling technique used in this study was saturated sampling, which involved 45 consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2017-2021 with an observation period of 5 (five) years, totaling 225 company samples. This study shows that profitability, leverage and board size have a significant effect on firm value. Meanwhile, company size has no significant effect on firm value.

PENDAHULUAN

Perusahaan *consumer goods* berkaitan langsung dengan perekonomian baik secara nasional maupun global, seperti ketika ekonomi mulai tumbuh, maka permintaan konsumen juga akan tumbuh disetiap permintaan untuk setiap produk-produknya. Banyaknya perusahaan – perusahaan sejenis yang bertumbuhan secara tidak langsung menciptakan persaingan sengit antar setiap perusahaan dilantai bursa, persaingan tersebut memotivasi manajemen untuk dapat meningkatkan kinerja dan laba yang tinggi sehingga nilai perusahaannya tampak baik di mata investor. Peran manajemen dalam situasi seperti ini sangat menuntut agar dapat menentukan strategi yang tepat agar nilai perusahaan meningkat. Nilai perusahaan akan tercermin dalam harga saham perusahaan (Fama, 1978). Manajemen keuangan perusahaan harus dapat dijalankan dengan optimal karena keberhasilan kinerja perusahaan tercermin dari nilai perusahaan yaitu harga saham. (Tjandrakirana & Monika, 2014) Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baikkah keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun prospek masa depannya (Myers Brealey & Marcus, 2008). Faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan adalah kinerja keuangan (Riny, 2016). Dimana semua informasi kinerja keuangan tergambar di dalam laporan keuangan perusahaan. Dimana semua informasi kinerja keuangan tergambar di dalam laporan keuangan perusahaan. Informasi laporan keuangan menjadikan sarana bagi investor untuk dapat menentukan keputusan, sedangkan kreditor dan stakeholders merupakan bentuk pertanggung jawaban manajemen.

Profitabilitas perusahaan yang tinggi tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi yang investor maupun kreditor dan tentunya menggambarkan nilai perusahaan yang baik, karena nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai cerminan kepercayaan masyarakat di perusahaan (Hadian & Adaoglu, 2020; Huang et al., 2020). Struktur modal optimal yang dimiliki perusahaan memiliki dampak positif tersendiri bagi investor yang mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Tingginya rasio *Debt to Equity Ratio (DER)* menunjukkan besarnya tingkat hutang yang dimiliki perusahaan dari sisi pendanaan. Tingginya hutang mengindikasikan risiko perusahaan tinggi dan menjadikan nilai perusahaan menurun, karena menambah signifikan risiko bagi pemegang saham dan kreditor karena kewajiban bunga tambahan (Dong, 2015).

Kebijakan yang menyangkut dewan komisaris sangat strategis dan penting. Tugas dewan komisaris sering disebut sebagai pengawasan bisnis karena menyangkut pemantauan perusahaan untuk bertahan hidup, melakukan bisnis dan tumbuh/berkembang. Keberadaan dewan komisaris tentunya akan memberikan pandangan positif tersendiri oleh investor terhadap perusahaan, dengan berlangsungnya operasional perusahaan dan di pantau langsung oleh dewan komisaris agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai dengan baik dan mampu bersaing dengan perusahaan lain, akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Perusahaan besar tentunya akan menjadi daya Tarik tersendiri bagi setiap investor, dengan nilai asset yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil memudahkan perusahaan besar lebih mudah memasuki pasar modal, hal ini menandakan ukuran perusahaan memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan (Fadhilah et al., 2021). dimana ukuran perusahaan menjadi gambaran kemampuan finansial perusahaan dalam suatu periode tertentu (Hardian & Asyik, 2016).

Fenomena yang menarik dapat dibahas salah satu perusahaan industri manufaktur PT Bakrie and Brothers Tbk (BNBR) yang belum menyelesaikan kewajibannya kepada pemerintah berupa dana talangan yang jatuh tempo pada 10 Juli 2019 (Fadhilah et al., 2021), akibat adanya kewajiban lancer kepada pemerintah yang belum terselesaikan tentunya akan mempengaruhi nilai perusahaan dan juga mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan. Berdasarkan nilai PBV salah satu perusahaan *consumer goods* seperti PT. Chitose Internasional Tbk dan PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk bergerak secara fluktuatif akan tetapi nilai PBV masih dibawah < 1 (Satu) hal ini menandakan nilai pasar saham perusahaan tersebut masih lah rendah. Penulis mengambil sampel data dari perusahaan sektor *consumer goods*. Alasan penulis, pada umumnya perusahaan sektor *consumer goods* dalam pengungkapan laporan keuangannya lebih kompleks dibandingkan dengan sector lain, Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang sudah dijabarkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021”

KAJIAN LITERATUR

Nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baikkah keadaan suatu perusahaan baik kinerja saat ini maupun prospek masa depannya (Myers Brealey & Marcus, 2008).

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan tujuan utama perusahaan atau induk perseroan. Meningkatkan nilai perusahaan adalah tujuan dari setiap perusahaan terutama perusahaan yang telah *go public* (Salvatore, 2005). (Linda & Syam, 2005) menyatakan bahwa perusahaan yang dapat beroperasi dengan baik, umumnya memiliki rasio PBV diatas satu, yang menunjukkan nilai pasar saham lebih tinggi dari nilai bukunya. *Price to Book Value* (PBV) ratio merupakan rasio antara harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi rasio PBV, maka semakin tinggi pula perusahaan dinilai oleh investor yang berakibat positif pada return perusahaan. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya terhadap prospek perusahaan (Usry et al., 2022). penelitian lain yang menggunakan PBV sebagai proksi (Ahmad et al., 2020; Astutik, 2017; Listyawati & Ramadhan, 2019; Pratama & Wiksuana, 2016; Pujarini, 2020; Riny, 2016; Sambora et al., 2014; Suwardika & Mustanda, 2017; Tanudjaja & Hastuti, 2019; Wijaya & Sedana, 2015). Adapun rumus PBV sebagai berikut:

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Harga\ pasar\ per\ saham}{Nilai\ buku\ per\ lembar\ saham}$$

Rasio profitabilitas merupakan perbandingan antara laba bersih terhadap total aset dalam mengukur pengembaliannya (Brigham & Houston, 2014). Juga untuk mengetahui kemampuan disetiap perusahaan dalam menghasilkan laba (Kasmir, 2015). Apabila perusahaan dengan proyeksi pendapatan yang buruk, maka akan dapat menekan harga pasar dibandingkan dengan perusahaan lain baik itu sejenis tentunya dengan perkiraan pendapatan yang baik, (Rahman et al., 2013). Baiknya perkembangan *return on Assets* menunjukkan semakin baiknya kemampuan manajemen dalam suatu proses memperoleh laba, dalam menggunakan assetnya. Semakin tinggi *return on Assets* maka kinerja perusahaan akan terlihat semakin baik sehingga nilai perusahaan juga akan semakin meningkat, peneliti lain yang menggunakan *return on Assets* seperti (Astutik, 2017; Ayu & Suarjaya, 2017; Listyawati & Ramadhan, 2019; Prasetyorini, 2013; Pujarini, 2020; Suwardika & Mustanda, 2017; Tanudjaja & Hastuti, 2019). Adapun Rumus ROA sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Laba\ bersih}{Total\ Asset}$$

Rasio ini digunakan untuk dapat mengetahui sejauh mana aktiva perusahaan mampu dibiayai dengan hutang, dan dalam arti luas yaitu kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban – kewajiban (Kasmir, 2019). Tingginya hutang mengindikasikan risiko perusahaan tinggi dan menjadikan nilai perusahaan menurun, karena menambah signifikan risiko bagi pemegang saham dan kreditor karena kewajiban bunga tambahan (Dong, 2015). Semakin tinggi leverage, semakin besar risiko keuangannya dan sebaliknya (Horne & Wachowicz, 2005). peneliti lain yang menggunakan *leverage* seperti (Fadhilah et al., 2021) (Pujarini, 2020) (Suwardika & Mustanda, 2017) (Listyawati & Ramadhan, 2019). Adapun rumus DER sebagai berikut:

$$DER = \frac{Total\ Hutang}{Modal\ Sendiri}$$

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 33 /POJK.04/2014 Dewan Komisaris adalah organ Emiten atau Perusahaan Publik yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada Direksi. Ukuran dewan komisaris di dalam sebuah perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dewan komisaris adalah bagian dari organisasi perusahaan yang bertindak sebagai pengawas secara umum dan khusus didalam berjalannya suatu kegiatan perusahaan. Ukuran dewan komisaris merupakan jumlah dari seluruh komisaris yang terdapat pada organisasi perusahaan baik itu komisaris yang berasal dari dalam perusahaan ataupun luar perusahaan (komisaris independent) (Suhardjanto et al., 2012). Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, diharapkan mudah untuk mengendalikan CEO sehingga pengawasan atas aktivitas yang dilakukannya akan semakin efektif. Penelitian lain yang menggunakan ukuran dewan komisaris seperti. (Ahmad et al., 2020; Susanti & Nidar, 2016; Usry et al., 2022). Adapun rumus ukuran dewan komisaris sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \frac{\text{Jumlah dewan komisaris independent}}{\text{Jumlah seluruh dewan komisaris}}$$

Investor yang menganggap bahwa ukuran perusahaan tersebut besar lebih cenderung akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Mawar Sharon R. Pantow et al., 2015). Semakin besarnya ukuran perusahaan, maka akan semakin dinilai baik. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar akan memperbesar nilai buku dan laba yang akan diperolehnya (Novari dan Lestari, 2016). Ukuran perusahaan dapat dinilai berdasarkan total asset, kapitalisasi pasar, dan penjualan oleh perusahaan, sehingga pernyataan ini dapat dikatakan, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin mudah pula perusahaan dalam mendapatkan sumber maupun dana yang dibutuhkan manajemen dalam menjalankan operasional perusahaannya (Rudangga & Sudiarta, 2016). Perusahaan besar tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap investor, dengan nilai asset yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil memudahkan perusahaan besar lebih mudah memasuki pasar modal. Peneliti lain yang menggunakan ukuran perusahaan seperti (Fadhilah et al., 2021) (Prasetyorini, 2013) (Yunita, 2011) (Pratama & Wiksuana, 2016). Adapun rumus total aktiva adalah sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Log Natural Total Aktiva}$$

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data skunder. Adapun data-data dalam penelitian ini sebagai berikut, data Annualreport perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021, data harga saham perusahaan *consumer goods* periode 2017-2021. Jumlah populasi perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 adalah 75 emiten. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sampling jenuh, Setelah ditelusuri terdapat 30 perusahaan yang tidak memiliki data lengkap, maka sampel yang diambil adalah Perusahaan yang memiliki data laporan keuangan lengkap terkait variabel penelitian yang diteliti dalam laporan keuangan selama periode 2017-2021 yaitu sebanyak 45 perusahaan. Metode analisis data yang dilakukan adalah *Partial Least Square* dengan menggunakan program SmartPLS dalam upaya menguji semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif Responden

Adapun hasil analisis statistik deskriptif pada masing-masing variable, diantaranya Nilai Perusahaan, *Profitabilitas*, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Perusahaan dapat dikemukakan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Keterangan	N	Rata-Rata	Minimum	Maksimum	Standar Deviasi
PBV	225	3.899	-7.32	70.57	7.63
ROA	225	0.081	-2.64	7.809	0.57
DER	225	0.782	-21.93	13.21	1.98
UDK	225	0.396	0.00	1.00	0.15
Ln_Aset	225	21.563	15.70	25.90	1.63

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS 3.0, 2023

Pada variabel Nilai Perusahaan, nilai rata-rata (*mean*) nilai perusahaan sebesar 3,899. Disisi lain nilai standar deviasi nilai perusahaan sebesar 7,633. Adapun perusahaan yang memperoleh nilai minimum pada Nilai perusahaan adalah PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2021 dengan nilai PBV sebesar -7,32 dan nilai maximum pada Nilai perusahaan terdapat PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk pada tahun 2018 dengan nilai PBV sebesar 70,57. Sedangkan variabel *profitabilitas*, nilai rata-rata (*mean*) nilai perusahaan sebesar 0,081. Disisi lain nilai standar deviasi *profitabilitas* sebesar 0,569. Adapun perusahaan yang memperoleh nilai minimum pada *profitabilitas* adalah PT. FKS Food Sejahtera Tbk tahun 2017 dengan nilai ROA sebesar -2,64

dan nilai maximum pada *profitabilitas* terdapat PT. Magna Investama Mandiri Tbk pada tahun 2021 dengan nilai ROA sebesar 7,80. Pada variabel *leverage*, nilai rata-rata (*mean*) nilai perusahaan sebesar 0,782. Disisi lain nilai standar deviasi *leverage* sebesar 1,987. Adapun perusahaan yang memperoleh nilai minimum pada *leverage* adalah PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2017 dengan nilai DER sebesar -21,93 dan nilai maximum pada *leverage* terdapat PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk pada tahun 2020 dengan nilai DER sebesar 13,21.

Pada variabel ukuran dewan komisaris nilai rata-rata (*mean*) nilai perusahaan sebesar 0,396. Disisi lain nilai standar deviasi ukuran dewan komisaris sebesar 0,156. Adapun perusahaan yang memperoleh nilai minimum pada ukuran dewan komisaris adalah PT. Hardinata Abadi Tbk tahun 2017-2021, PT. Mayora Indah Tbk tahun 2019-2021 dan PT. Siantar Top Tbk tahun 2017-2021 dengan nilai persentase ukuran dewan komisaris independen sebesar 0,00 dan nilai maximum pada ukuran dewan komisaris terdapat PT. Bentoel Internasional Investama Tbk pada tahun 2017-2021 dengan nilai nilai persentase ukuran dewan komisaris independen sebesar 1,00. Pada variabel ukuran perusahaan, Adapun nilai rata-rata (*mean*) nilai perusahaan sebesar 21,563. Disisi lain nilai standar deviasi ukuran perusahaan sebesar 1,638. Adapun perusahaan yang memperoleh nilai minimum pada ukuran perusahaan adalah PT. Magna Investama Mandiri Tbk tahun 2021 dengan nilai Ln_Aset sebesar 15,73 dan nilai maximum pada ukuran perusahaan terdapat PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2021 dengan nilai Ln_Aset sebesar 25,91.

**Hasil Penelitian Analisis SEM-PLS.
Evaluasi Dalam Pengukuran Model (Outer Model)**

Dalam pengukuran model (outer model) menggunakan 3 cara, yaitu melalui *convergent validity*, *discriminante validity*, *composite reliability*.

Tabel 2. *Convergent Validity*

Variabel	Role Of Thumb	Loading Faktor	Kesimpulan
PBV	0.7	1.000	Valid
ROA	0.7	1.000	Valid
DER	0.7	1.000	Valid
UDK	0.7	1.000	Valid
Ln_Aset	0.7	1.000	Valid

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS 3.0, 2023

Berdasarkan table 2 *convergent validity* indikator konstruk pada masing- masing variable, dapat kita lihat indikator konstruk pada keseluruhan variable dapat kita ketahui semua indikator memenuhi nilai *loading factor*, dimana *loading factor* > 0,70.

Tabel 3. *Discriminante Validity*

Variabel	Role Of Thumb	AVE
PBV	0.5	1.000
ROA	0.5	1.000
DER	0.5	1.000
UDK	0.5	1.000
Ln_Aset	0.5	1.000

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS 3.0, 2023

Tabel 3. dapat dijelaskan bahwa seluruh konstruk pada masing-masing variable memiliki nilai *average variance extracted* lebih besar dari 0,50. Maka seluruh konstruk memenuhi syarat dalam uji *discriminant validity*, sehingga layak untuk dilanjutkan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 4. Composite Reliability

Variabel	Role Of Thumb	Cronbach's Alpha
PBV	0.7	1.000
ROA	0.7	1.000
DER	0.7	1.000
UDK	0.7	1.000
Ln_Aset	0.7	1.000

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS 3.0, 2023

Table 4. memperlihatkan bahwa nilai *composite reliability* pada keseluruhan variabel nilai *reliability construct* > 0,70. Maka dalam hal ini keberadaan variabel memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model).

Dimana nantinya dapat diketahui tingkat variance terhadap perubahan variable independent profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris dan ukuran perusahaan dalam memprediksi nilai perusahaan. Hasil analisis *R-Square* dapat dikemukakan pada tabel di bawah ini:

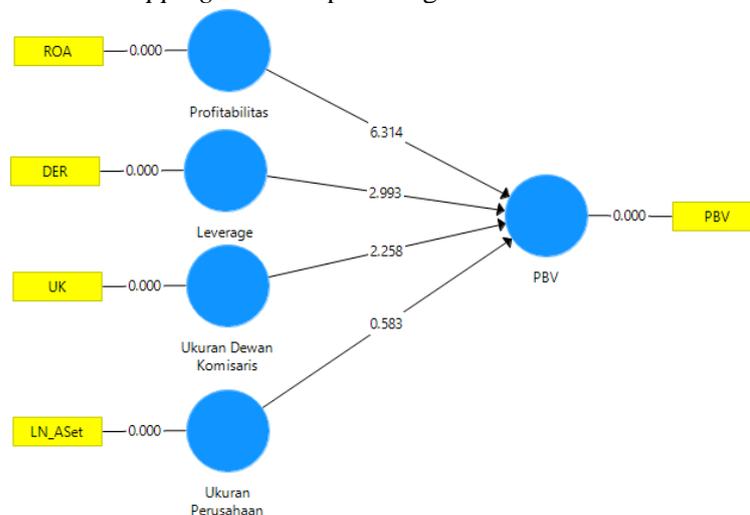
Tabel 5. Composite R-Square

R Square
PBV (Y)
0.208

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS 3.0, 2023

Tabel 5. memperlihatkan nilai *R-Square* pada variable nilai perusahaan sebesar 0,208. Maka dapat dijelaskan bahwa variabel Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Perusahaan mampu menjelaskan variabel Nilai Perusahaan sebesar 0,208. Berdasarkan pendapat (Ghozali & Latan, 2017) mengemukakan kriteria R-Square jika Rule of Thumb sebesar 0,67 maka model penelitian dalam kategori kuat, 0,33 model penelitian dalam kategori moderat, 0,19 model penelitian dalam kategori lemah. Berdasarkan temuan penelitian dimana nilai *R-Square* sebesar 0,208. Maka model penelitian dalam kategori Moderat.

Dalam melakukan evaluasi model structural (*inner model*) dapat dikemukakan melalui path diagram, menggunakan analisis pada *bootstrapping*. Maka diperoleh gambar di bawah ini:



Gambar 1. Output Bootstrapping.

Pengujian Hipotesis Hasil Penelitian.

Berdasarkan hasil analisis data pada Gambar 1 menggunakan SEM-PLS dalam uji hipotesis, maka dapat dikemukakan tabel sebagai berikut:

Tabel 6, Hasil Output Bootstrapping

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Profitabilitas -> PBV	0.426	0.437	0.067	6.314	0.000
Leverage -> PBV	0.271	0.267	0.091	2.993	0.003
Ukuran Dewan Komisaris -> PBV	0.122	0.126	0.054	2.258	0.024
Ukuran Perusahaan -> PBV	0.053	0.053	0.091	0.583	0.560

Sumber: Data Hasil Pengolahan PLS 3.0, 2023

Berdasarkan Tabel 6. dapat dilihat dari nilai pada kolom P-Values. Berdasarkan hasil analisis data memperlihatkan nilai $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil Bootstrapping untuk pengujian hipotesis pertama menggunakan *SmartPLS* dapat diketahui bahwa nilai *P-Value* sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai sampel asli sebesar 0,426 yang berarti bahwa *Profitabilitas* secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods*. Berdasarkan hasil Bootstrapping untuk pengujian hipotesis kedua menggunakan *SmartPLS* dapat diketahui bahwa nilai *P-Value* sebesar $0,003 < 0,05$ dengan nilai sampel asli sebesar 0,271 yang berarti bahwa *leverage* secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods*. Berdasarkan hasil Bootstrapping untuk pengujian hipotesis ketiga menggunakan *SmartPLS* dapat diketahui bahwa nilai *P-Value* sebesar $0,024 < 0,05$ dengan nilai sampel asli sebesar 0,122 yang berarti bahwa Ukuran Dewan Komisaris secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods*. Berdasarkan hasil Bootstrapping untuk pengujian hipotesis keempat menggunakan *SmartPLS* dapat diketahui bahwa nilai *P-Value* sebesar $0,560 > 0,05$ dengan nilai sampel asli sebesar 0,053 yang berarti Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods*. Dimana tingginya tingkat *profitabilitas* akan diikuti dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan. Dimana perusahaan dikatakan mampu memperoleh laba yang tinggi dan merupakan sinyal positif bagi investor karena menggambarkan perusahaan memiliki prospek bagus di masa yang akan datang. *Profitabilitas* umumnya dijadikan para investor menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Asyati & Farida, 2020). Kondisi ini seperti ini akan memberikan dampak pada peningkatan saham pada perusahaan, yang menggambarkan nilai perusahaan dalam keadaan baik. Keadaan ini sejalan dengan (Astutik, 2017; Ayu & Suarjaya, 2017; Listyawati & Ramadhan, 2019; Prasetyorini, 2013; Pujarini, 2020; Suwardika & Mustanda, 2017; Tanudjaja & Hastuti, 2019). Dimana *profitabilitas* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

Leverage secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods*. tingginya tingkat *leverage* akan diikuti dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan. *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari utang (*financial leverage*) (Brigham & Houston, 2014). Hal ini menandakan perusahaan mampu memaksimalkan penggunaan dana yang berasal dari hutang, peningkatan hutang di struktur modal meningkatkan kekayaan pemegang saham yang nantinya akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Keadaan ini sejalan dengan (Rudangga & Sudiarta, 2016) (Pratama & Wiksuana, 2016) (Fadhilah et al., 2021). Dimana *profitabilitas* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Nilai Perusahaan.

Leverage secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Goods*. tingginya tingkat *leverage* akan diikuti dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan. Ukuran Dewan Komisaris secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada

Perusahaan Consumer Goods. Tingginya tingkat Ukuran Dewan Komisaris akan diikuti dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan. Dimana perusahaan akan dinilai lebih baik nilai perusahaannya karena menggambarkan perusahaan memiliki prospek bagus di masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan dewan komisaris melakukan pengawasan secara umum maupun khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada Direksi. Memberikan penilaian serta mengarahkan strategi perusahaan, rencana usaha, pengendalian resiko, besaran anggaran perusahaan, mengatasi konflik kepentingan, serta memantau proses keterbukaan dan efektifitas komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan. Semakin banyaknya persentase dewan komisaris independent tentunya diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor sehingga nilai perusahaan pun meningkat. Keadaan ini sejalan dengan (Ahmad et al., 2020; Susanti & Nidar, 2016; Usry et al., 2022) dimana tingkat dewan komisaris berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada *Perusahaan Consumer Goods*. Besarnya ukuran perusahaan tidak selalu menjadi perhatian khusus oleh investor hingga tertarik membeli saham di perusahaan tersebut. Pertimbangan berbagai hal terkait perkembangan perusahaan, trend industry, kebijakan politik, dan lainnya juga mempengaruhi investor dalam menentukan pilihannya untuk berinvestasi ke perusahaan besar maupun perusahaan yang kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal tetapi tidak selalu juga perolehan pendanaan terbesar berdasarkan perolehan modal dari saham. Keadaan ini sejalan dengan (Sari & Ayu, 2019). Dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan (Fadhilah et al., 2021) (Prasetyorini, 2013) (Yunita, 2011) (Pratama & Wiksuana, 2016) yang menandakan ukuran perusahaan memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Profitabilitas secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada *Perusahaan Consumer Goods*. Meningkatnya profitabilitas akan diikuti dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan. Perusahaan dikatakan mampu memperoleh laba yang tinggi dan merupakan sinyal positif bagi investor karena menggambarkan perusahaan memiliki prospek bagus di masa yang akan datang. *Leverage* secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada *Perusahaan Consumer Goods*. Hal ini menandakan perusahaan mampu memaksimalkan penggunaan dana yang berasal dari hutang, peningkatan hutang di struktur modal akan meningkatkan kekayaan pemegang saham yang nantinya akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran Dewan Komisaris secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada *Perusahaan Consumer Goods*. perusahaan akan dinilai lebih baik nilai perusahaannya karena menggambarkan perusahaan memiliki prospek bagus di masa yang akan datang. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada *Perusahaan Consumer Goods*. Besarnya ukuran perusahaan tidak selalu menjadi perhatian khusus oleh investor hingga tertarik membeli saham di perusahaan tersebut. Pertimbangan berbagai hal terkait perkembangan perusahaan, trend industry, kebijakan politik, dan lainnya juga mempengaruhi investor dalam menentukan pilihannya untuk berinvestasi ke perusahaan besar maupun perusahaan yang kecil.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Fundamentals of Financial Management*.
Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0* (3rd ed.). Universitas Diponegoro.
Horne, J. C. Van, & Wachowicz, J. M. (2005). *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Fundamental of Financial Management)* (12th ed.). Salemba Empat.
Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan (Pertama)*. PT Raja Grafindo Persada.
Myers Brealey, & Marcus. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan* (Kelima). Erlangga.
Salvatore, D. (2005). *Ekonomi Manajerial* (2nd ed.). Salemba Empat.

Jurnal

- Ahmad, G. N., Lullah, R., & Siregar, M. E. S. (2020). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan

- Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 11(1), 169–184.
- Astutik, D. (2017). Pengaruh Aktivitas Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Industri Manufaktur). *Jurnal STIE SEMARANG*, 9(1), 32–49.
- Asyati, S., & Farida. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance , Leverage , Profitabilitas dan Kualitas Audit terhadap Praktik Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 3(1), 36–48.
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112–1138.
- Dong, G. N. (2015). Rising Labor Costs, Earnings Management, and Financial Performance of Health Care Providers Around the World. *International Best Practices in Health Care Management*, 17, 117–135.
- Fadhilah, R., Idawati, W., & Praptiningsih, P. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akunida*, 7(2), 190–204.
- Hadian, A., & Adaoglu, C. (2020). The effects of financial and operational hedging on company value: The case of Malaysian multinationals. *Journal of Asian Economics*, 70, 101232. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2020.101232>
- Hardian, A. P., & Asyik, N. F. (2016). Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(9), 1–16.
- Huang, W. Bin, Liu, J., Bai, H., & Zhang, P. (2020). Value assessment of companies by using an enterprise value assessment system based on their public transfer specification. *Information Processing and Management*, 57(5), 102254. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102254>
- Linda, & Syam, F. (2005). Hubungan Laba Akuntansi, Nilai Buku, dan Total Arus Kas dengan Market Value: Studi Akuntansi Relevansi Nilai. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 8(3), 286–309.
- Listyawati, I., & Ramadhan, R. (2019). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 9(1), 1–10.
- Mawar Sharon R. Pantow, Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercata di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA*, 3(1), 961–971.
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, I. G. B. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338–1367.
- Pujarini, F. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 4(1), 1–15.
- Rahman, M., Moniruzzaman, M., & Sharif, J. (2013). Techniques , Motives and Controls of Earnings Management. *Journal of Advanced Social Research*, 3(2), 65–78.
- Riny. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Operating Performance Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. In *Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). 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 2009-20012). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 1–10.
- Suhardjanto, D., Dewi, A., Rahmawati, E., & M, F. (2012). Peran Corporate Governance Dalam Praktik Risk Disclosure pada Perbankan Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 9(1), 16–30.
- Susanti, L., & Nidar, S. R. (2016). Corporate Board And Firm Value : Perspective Two-Tier Board System In Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 5(05), 300–305.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Tanudjaja, M. A., & Hastuti, R. T. (2019). Pengaruh Aktivitas Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(3), 683–692.

Tjandrakirana, R., & Monika, M. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya (JMBS)*, 12(1), 1–16.

Usry, A. K., Arniati, T., & Muslichah. (2022). The Effect Of Board Of Commisioner On Firm Value With Capital Structure As An Intervening Variabel. *Jurnal PETA*, 7(1), 73–91.

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

Yunita, I. (2011). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Size, dan Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2010)*. Universitas Diponegoro.

Undang-undang

Indonesia (2014). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 Tahun 2014.