

Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food dan Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020

Trianita Piasti¹ and M.Imam Suswandoyo^{2*}

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ppi, Tangerang, 15710, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

Profitability, Leverage, Company Size, The Value of the Company.

ABSTRACT

Introduction/Main Objectives: To determine the effect of profitability, leverage and company size on firm value in food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2016-2020 period. **Background Problems:** A sense of trust from other investors, so that many investors will sell their shares back and the company's capital will certainly decrease and it will be difficult to carry out company operations. **Novelty:** Re-examining the existing model with a different sector, namely the food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020. **Research Methods:** Using quantitative methods with secondary data types in the form of financial reports and analytical techniques used by the SPSS analysis tool. **Findings/Results:** Underpricing Reputation (RU) and Percentage of shares offered affect underpricing at the time of IPO. **Conclusion:** Partially, profitability has a significant effect on firm value, leverage has no significant effect on firm value, firm size has no significant effect on firm value, and simultaneously profitability, leverage and firm size have a significant effect on firm value.

Pendahuluan/Tujuan: Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. **Latar Belakang Masalah:** rasa kepercayaan dari para investor lain, sehingga para investor akan banyak menjual sahamnya kembali dan modal perusahaan tentunya akan berkurang dan kesulitan melakukan operasi perusahaan. **Kebaruan:** Meneliti Kembali model yang telah ada dengan sektor yang berbeda yakni perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. **Metode Penelitian:** Menggunakan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis data sekunder yang berupa laporan keuangan dan teknik analisis yang digunakan alat analisa SPSS. **Temuan/Hasil:** Reputasi Underwiter (RU) dan Persentase penawaran saham mempengaruhi underpricing pada saat IPO. **Kesimpulan:** Secara parsial profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan secara simultan profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

* Corresponding Author at Department of Economics, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Perdana Indonesia, Jl Citra Raya Utama Barat No. 29, Cikupa, Tangerang, 15710, Indonesia.
E-mail address: vanhealzing@yahoo.com

INTRODUCTION

Kondisi perekonomian di Indonesia saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam dunia industri. Persaingan ini akan membuat setiap perusahaan akan semakin meningkatkan kinerjanya agar tujuannya yang telah dilakukannya dapat tercapai. Dan salah satu dari tujuan utama perusahaan yang telah go public yaitu dengan cara meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting sehingga lebih dapat mencerminkan kinerja perusahaan serta akan dengan mudah mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan sering disebut nilai pasar suatu ekuitas dalam perusahaan dan ditambah dengan nilai pasar hutang.

Dengan demikian, apabila dengan adanya penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Dan perusahaan lain pun tentunya akan bersaing dengan cara melakukan berbagai inovasi dan strategi bisnis dalam memaksimalkan nilai perusahaan supaya mendapatkan dana yang besar dari para investor. Apabila perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tidak stabil maka akan dianggap mengalami penurunan oleh para investor dan tentunya tidak akan mendapatkan dana. Hal ini memberikan dampak negatif bagi perusahaan karena menghilangkan rasa kepercayaan dari para investor lain, sehingga para investor akan banyak menjual sahamnya kembali dan modal perusahaan tentunya akan berkurang dan kesulitan melakukan operasi perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Novari & Lestari, 2016).

Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi. Wijaya & Sedana (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat (Suwardika & Mustanda, 2017).

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu price to book value. Brigham & Houston (2011:152) menyatakan bahwa Price to Book Value (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Apabila nilai Price to Book Value (PBV) yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya (Suwardika & Mustanda, 2017).

Keberadaan Price to Book Value (PBV) sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal karena melalui Price to Book Value (PBV), investor dapat memprediksi saham-saham yang over value data undervalued (Ahmed & Nanda, 2000) dalam (Febriana, 2016). Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio Price to Book Value (PBV) di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Tabel 1. Price to Book Value (PBV) Perusahaan Food and Beverage terdaftar di BEI

KODE	PBV		NAIK/TURUN
	2019	2022	
ADES	1.28	1.23	-0.05
ICBP	5.73	2.22	-3.51
INDF	1.39	0.76	-0.63
MYOR	5.37	5.38	0.01
ROTI	2.83	2.61	-0.22
SKBM	0.68	0.58	-0.10
SKLT	3.28	2.66	-0.62
STTP	4.00	4.66	0.66
CEKA	1.02	0.84	-0.18
DLTA	4.24	3.45	-0.79
BUDI	0.38	0.34	-0.04
TBLA	1.11	0.85	-0.26
MLBI	27.97	14.26	-13.71

Sumber: IDX, diolah (2021)

Berdasarkan data tabel diatas Nilai Perusahaan yang di ukur dengan Price to Book Value (PBV) dari 13 sampel perusahaan sub-sektor Food and Beverage. Pada dua tahun terakhir ini dapat dilihat kinerja dari masing-masing perusahaan memiliki hasil yang berbeda. Setiap tahun ada perusahaan yang mengalami kenaikan, dan ada yang mengalami penurunan Nilai Perusahaan. Pada tahun 2019-2020 ada sekitar 90% dari 13 perusahaan yang mengalami penurunan PBV. Akibat terjadinya penurunan Nilai Perusahaan dapat menyebabkan signal negatif bagi para investor. Penurunan Nilai Perusahaan dapat di pengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor eksternal yang mempengaruhi nilai perusahaan beberapa diantaranya berupa harga saham, tingkat bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal. Sedangkan faktor internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan beberapa diantaranya berupa pembayaran pajak, ukuran perusahaan, pertumbuhan, keunikan, resiko keuangan, profitabilitas, pembayaran deviden dan not debt tax shield. Dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan kepada faktor internal yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan. Profitabilitas yakni rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2019). Profitabilitas merupakan salah rasio yang memperlihatkan kompetensi perusahaan untuk menghasilkan profit dalam periode tertentu. Profit yang dihasilkan di Kelola oleh manajemen sehingga operasional dapat berjalan sesuai harapan. Apabila semakin tinggi rasio profitabilitasnya, maka akan semakin menambah daya tarik investor untuk menanam investasi atau memiliki saham pada perusahaan tersebut.

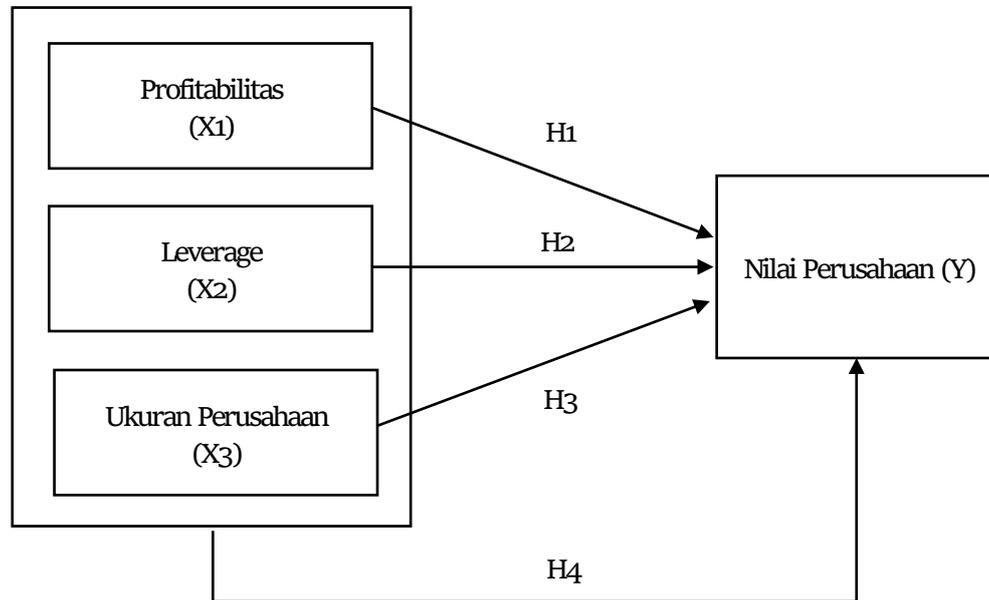
LITERATURE REVIEW

Semakin banyak investor yang menanam investasi atau memiliki saham pada perusahaan tersebut sehingga dapat membuat harga saham pada perusahaan itu menjadi naik. Jika perusahaan mempunyai harga saham yang semakin tinggi maka dapat membuat nilai pada perusahaan tersebut menjadi semakin baik. Rasio profitabilitas dapat dilihat melalui Return on Asset (ROA) dan Return on Equity (ROE). Hal ini mendukung penelitian dari (Novari & Lestari, 2016; Nurmindia et al., 2017; Pratiwi & Rahayu, 2015). Selain profitabilitas, leverage juga menjadi variabel faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Leverage juga menjadi salah satu faktor yang dilihat oleh investor jika ingin memiliki saham pada suatu perusahaan. Leverage digunakan oleh perusahaan untuk melunasi hutang perusahaan jangka pendek dan jangka panjang (Arif, 2019 : 6). Sumber pendaan perusahaan dapat didapatkan dari internal seperti modal sendiri dan laba perusahaan. Selain itu perusahaan juga dapat memperoleh sumber dana dari eksternal seperti hutang atau leverage. Leverage merupakan rasio yang dapat mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang. Apabila perusahaan mempunyai leverage yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan akan bergantung terhadap kreditur. Hal ini juga akan memberikan resiko kepada perusahaan, karena perusahaan harus membayar bunga sesuai dengan peraturan dan kesepakatan bersama kreditur. Selain itu, leverage yang tinggi juga tidak baik, karena memungkinkan terjadi penurunan perolehan laba pada perusahaan. Hal ini mendukung penelitian (Taniman & Jonnardi, 2020), Nanda (2019) dan Suwardika & Mustanda (2017) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun tidak mendukung hasil penelitian Novari & Lestari (2016) dan Nurmindia et al. (2017) yang menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga dianggap memengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan. Jika suatu perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan yang semakin luas, maka perusahaan dapat lebih mudah mendapat sumber dana dari pihak kreditur. Perusahaan yang mempunyai ukuran besar juga lebih di minati oleh para investor. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki jumlah asset dengan jumlah yang besar. Sehingga hal tersebut dapat memberikan dampak pada pertambahan laba perusahaan. Maka ukuran perusahaan yang semakin besar mempunyai daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut yang kemudian akan membuat nilai perusahaan ikut meningkat (Pratiwi & Rahayu, 2015) dalam (Alpianita, 2017:7). Hal ini mendukung penelitian Novari & Lestari (2016) dan Taniman & Jonnardi (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun tidak mendukung hasil penelitian Suwardika & Mustanda (2017); (Nurmindia et al. (2017) dan Pratiwi & Rahayu (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

HYPOTHESIS DEVELOPMENT

Hubungan antara variabel perlu disusun dalam sebuah model penelitian. Dalam bab ini juga akan membahas tentang bagaimana model penelitian yang dilakukan. Adapun kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka yang disajikan di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Diduga bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

H₂: Diduga bahwa Leverage berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

H₃: Diduga bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

H₄: Diduga bahwa Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

RESEARCH METHOD

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang meliputi laporan keuangan yang sudah dipublikasikan yang diambil dari seluruh perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 dan sumber data yang diperoleh dari www.idx.co.id. Dalam penelitian ini terdapat definisi operasional dari variabel yang diteliti diantaranya Nilai Perusahaan (Y) menurut pendapat Brealey et al. (2007:46) bahwa Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, variabel Profitabilitas (X₁), menurut Sutrisno (2012:16) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja di dalamnya. Pengukuran yang digunakan untuk mengukur Profitabilitas adalah Return On Asset (ROA), variabel Leverage (X₂) menurut Sutrisno (2013:224) Rasio Leverage menunjukkan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibelanjai dengan hutang. Pengukuran yang digunakan untuk mengukur Leverage adalah dengan Debt to Equity Ratio (DER). Dan variabel Ukuran Perusahaan (Size Firm) bahwa perusahaan dalam penelitian ini dinyatakan dengan total aktiva, maka semakin besar total aktiva perusahaan maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam (Gede, 2016). Dalam setiap variabel yang diteliti maka dapat diukur berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Total aset}} \times 100\% \dots\dots (Y)$$

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total aset}} \times 100\% \dots\dots(X_1)$$

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Ekuitas}} \dots\dots(X_2)$$

$$\text{Size Firm} = \text{Log Natural Total Asset} \dots\dots(X_3)$$

RESULTS

Tabel 2. Uji Deskriptif

	N	MINIMUM	MAXIMUM	MEAN	STD. DEVIATION
ROA	50	0.05	22.29	8.3710	5.63492
DER	50	0.18	1.72	0.7352	0.34543
SIZE	50	27.07	32.73	29.0744	1.65372
PBV	50	0.34	7.18	2.9126	1.93432
VALID N (LISTWISE)	50				

Sumber: diolah dengan SPSS

Diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 50 sampel data pengamatan yang diambil dari laporan keuangan perusahaan perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Dari statistik deskriptif yang terdapat interpretasi, dimana besarnya nilai Return On Asset (ROA) pada perusahaan yang menjadi sampel dengan nilai minimum 0,05 maximum 22,29 dengan nilai rata-rata 8,3710 dan standar deviasi 5,63492, nilai dari Debt to Equity Ratio (DER) pada perusahaan yang menjadi sampel dengan nilai minimum 0,18 maximum 01,72 dengan nilai rata-rata 0,7352 dan standar deviasi 0,34543, nilai dari Ukuran Perusahaan pada perusahaan yang menjadi sampel dengan nilai minimum 27,07 maximum 32,73 dengan nilai rata-rata 29,0744 dan standar deviasi 1,65372, dan besarnya Nilai Perusahaan pada perusahaan yang menjadi sampel dengan nilai minimum 0,34 maximum 7,18 dengan nilai rata-rata 2,9126 dan standar deviasi 1,93432.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual
		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.000000
	Std. Deviation	1.64804903
Most Extreme Differences	Absolute	0.103
	Positive	0.103
	Negative	0.074
Test Statistic		0.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200

a. Test distribution is Normal.

Sumber: diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil dari uji normalitas pada tabel diatas dengan menggunakan uji one-sample kolmogorov-smirnov test diketahui bahwa nilai significance (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-5.161	4.297		-1.201	0.238		
	ROA	0.204	0.054	0.594	3.784	0.000	0.640	1.564
	DER	1.440	0.885	0.257	1.626	0.111	0.632	1.583
	SIZE	0.183	0.149	0.156	1.228	0.226	0.977	1.024

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, dapat dilihat nilai Tolerance untuk semua variabel memiliki nilai > 0,10 dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian ini,

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.522	2.247		-1.122	0.267
	ROA	0.037	0.028	0.224	1.295	0.202
	DER	0.869	0.463	0.327	1.877	0.067
	SIZE	0.101	0.078	0.182	1.298	0.201

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil dari pengujian heteroskedastisitas pada tabel diatas dengan menggunakan uji Glejser, diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel > 0,05 yakni 0,202 (ROA), 0,067 (DER), dan 0,201 (SIZE) Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.524 ^a	0.274	0.227	1.70094	2.026

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DER

b. Dependent Variabel: PBV

Sumber: diolah dengan SPSS

Dari hasil pengolahan data yang terdapat pada tabel diatas, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,026, nilai DW menurut Durbin-Watson dengan n=50 dan k=3 didapat angka dL= 1.4206 DAN DU=1,6739. Oleh karena itu, menurut kriteria uji Durbin-Watson yakni $dU < DW < 4-dU$ ($1,6739 < 2,026 < 2,3261$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients				
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-5,161	4,297		-1,201	0,238
	ROA	0,204	0,054	0,594	3,784	0,000
	DER	1,440	0,885	0,257	1,626	0,111
	SIZE	0,183	0,149	0,156	1,228	0,226

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: dioleh dengan SPSS

Berdasarkan table di atas maka dapat diperoleh hasil regresi linier berganda sebagai berikut:

Nilai Perusahaan = $-5,161 + 0,204x_1 + 1,440x_2 + 0,183x_3 + \varepsilon$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat dianalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap return saham, apabila nilai konstanta sebesar -5,161 artinya apabila semua variabel bebas yaitu Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan dianggap konstan atau bernilai 0, maka dapat dikatakan bahwa Nilai Perusahaan akan sebesar -5,161. Nilai koefisien regresi dari Return on asset sebesar 0,204, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya Profitabilitas maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,204. Nilai koefisien regresi dari Leverage hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya Leverage maka akan dapat meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 1,440. Nilai koefisien regresi Ukuran Perusahaan sebesar -0,183, hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya Ukuran Perusahaan maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,183.

Tabel 8. Uji F

ANOVA ^a						
MODEL	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	50,250	3	16,750	5,789	0,002 ^b	
Residual	133,087	46	2,893			
Total	183,337	49				

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DER

Sumber: dioleh dengan SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai F sebesar 5,789 dengan nilai signifikan 0,002. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka hasil uji ini menyatakan bahwa Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 9. Uji T

		Coefficients ^a	
Model		T	Sig.
1	(Constant)	-1,201	0,238
	ROA	3,784	0,000
	DER	1,626	0,111
	SIZE	1,228	0,226

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: dioleh dengan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh informasi terkait uji hipotesis secara parsial dari masing-masing variabel dependen yakni pada pengujian menunjukkan signifikansi Profitabilitas yaitu sebesar $0,000 < 0.05$ dan nilai t hitung sebesar 3,784 disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil dari pengujian menentukan signifikansi Leverage yaitu sebesar $0,111 > 0.05$ dan nilai t hitung sebesar 1,626 disimpulkan bahwa variabel Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil dari pengujian menentukan signifikansi Ukuran Perusahaan yaitu sebesar $0,226 < 0.05$ dan nilai t hitung sebesar 1,228. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.274	.227	1.70094

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DER

b. Dependent Variabel: PBV

Sumber: diolah dengan SPSS

Adjusted R Square, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,274 yang berarti hanya 27,4% variansi Nilai Perusahaan yang dapat dijelaskan oleh variabel independen Yaitu Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan saham sedangkan sisanya 72,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis di penelitian ini.

DISCUSSION

Berdasarkan hasil pembahasan bahwa Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan maka seyogyanya Manajemen dapat menyeimbangkan dan menselaraskan antara profitabilitas, Leverage, Ukuran perusahaan sehingga mampu secara terus menerus meningkatkan nilai bagi perusahaan. Dari sample yang diteliti sebanyak 50 perusahaan yang diambil dari laporan keuangan perusahaan perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 menggunakan uji normalitas menunjukkan data bahwa data memiliki distribusi normal, dalam uji multikolerasi didapatkan kesimpulan dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

Dalam pengujian heteroskedastisitas bahwa model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas maupun autokorelasi, selanjutnya pada uji T dan uji F dapat disimpulkan bahwa seluruh variable memiliki pengaruh yang signifikan kecuali pada variabel Leverage pada Nilai Perusahaan yang tidak berpengaruh secara signifikan dikarenakan nilai t hitung sebesar 1,626 yaitu yaitu sebesar $0,111 > 0.05$.

CONCLUSION

Penelitian ini dilakukan untuk melihat Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage Periode 2016-2020. Penelitian dilakukan pada 13 perusahaan yang dilakukan dan dibantu dengan aplikasi SPSS, maka dapat diambil kesimpulan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Kemudian leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage periode 2016-2020. Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

MANAGERIAL IMPLICATION

Managerial implication untuk calon investor yang akan berinvestasi dengan membeli saham perusahaan pada pasar perdana disarankan untuk tidak hanya memperhatikan informasi keuangan perusahaan saja, tetapi juga dibutuhkan informasi faktor non keuangan. Terbukti dalam penelitian ini Bahwa Reputasi Underwiter (RU) dan

Persentase penawaran saham mempengaruhi underpricing pada saat IPO, dan untuk calon emiten yang akan membeli saham pada pasar perdana disarankan untuk meminimalisir kesenjangan informasi dengan membuat prospektus sebaik mungkin, agar menarik minat investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut

LIMITATION AND FUTURE RESEARCH

Peneliti selanjutnya yang akan meneliti topik ini disarankan untuk memperhatikan terlebih dahulu mengenai objek penelitian yang akan digunakan terkait dengan item-item yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa ketika sudah melalui tahap pengolahan data, jumlah data sampel dapat mewakili populasi penelitian. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menambah lamanya periode tahun pengamatan agar data sampel yang diteliti lebih memadai dan dapat mencerminkan pengaruh dari faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi underpricing

REFERENCES

- Aini. (2013). Faktor yang mempengaruhi underpricing pada perusahaan sektor non keuangan.
- Alma, W. (2012). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Penawaran Umum Perdana (IPO). 9-25.
- Ang, R. (1997). Buku Pintar Pasar Modal Indonesia. Media Staff Indonesia.
- Beatty, R. (1989). Auditor Reputation and The Pricing of IPO. Vol. 64, N, 17. <https://www.jstor.org/stable/247856>
- Beatty, R. P., & Ritter, J. R. (1986). Investment banking, reputation, and the underpricing of initial public offerings. In *Journal of Financial Economics* (Vol. 15).
- Erawaty & J.S. (1996). Kamus Hukum Ekonomi. ELIPS.
- Fahmi. (2012). Analisis laporan keuangan. ALFABETA.
- Gusti, A. (2017). Faktor-faktor underpricing initial public offering di bursa efek indonesia (vol. 19).
- Home, & J. W. J. (2005). Prinsip- Prinsip Manajemen Keuangan Terjemahan Heru Sutojo. Salemba Empat.
- Husnan, S. (2001). Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas. AMP YPKN.
- Jugiyanto. (2009). Analisis dan Sistem Informasi. Andi Offset.
- Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan. Rajawali Pers.
- Lismawati. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Penawaran Umum Perdana Di www.idx.co.id.