

UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* DALAM MENINGKATKAN NILAI PERUSAHAAN

R. Ait Novatiani^{1*}, Rima Rachmawati², Evi Octavia³, Putri Pereunnika G⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama, Bandung, Indonesia

Korespondensi: ait.novatiani@widyatama.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of firm size and leverage on firm value in the consumer goods manufacturing sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2018-2022. Firm size in this study is measured using the size indicator, leverage using the debt to equity ratio (DER) indicator, and firm value using the price book value (PBV) indicator. The population in this study consists of consumer goods manufacturing sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2018-2022, totaling 47 companies. The sampling technique employed is purposive sampling method, resulting in a sample of 46 companies. The analysis technique used in this study is logistic regression analysis with Eviews. The results of this study indicate that firm size measured by size has a positive effect on firm value. Leverage measured by DER has a effect on firm value. Furthermore, firm size and leverage influence firm value.

Keywords: Firm Size, Firm Value, Leverage

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 - 2022. Ukuran perusahaan pada penelitian ini menggunakan indikator *size*, *leverage* menggunakan indikator *debt to equity ratio* atau DER dan nilai perusahaan menggunakan indikator *price book value* atau PBV. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018 - 2022 dengan total 47 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang terdiri dari 46 perusahaan. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik dengan *Eviews*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Leverage* yang diukur dengan DER berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Leverage*, Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis pada era globalisasi yang kita alami saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan lingkungan ekonomi, sosial, politik, dan kemajuan teknologi. Dalam konteks ini, setiap perusahaan diharapkan memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut dan memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan situasi yang ada. Hal ini penting agar perusahaan dapat mengelola semua aspek manajemennya dengan efektif, termasuk dalam hal produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Dengan kemampuan ini, perusahaan memiliki kesempatan untuk mencapai posisi yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya (Khotimah et al.,

2020).

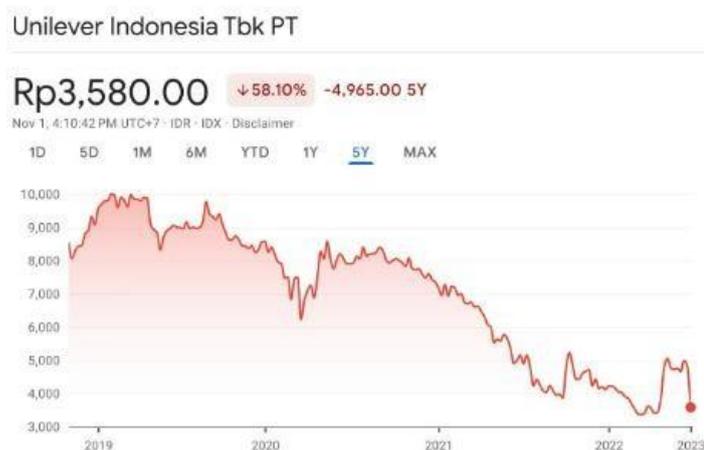
Perusahaan merupakan suatu entitas yang menggabungkan dan mengelola berbagai sumber daya dengan tujuan memproduksi barang atau jasa yang akan dijual. Menurut (Zurriah, 2021), tujuan utama dari perusahaan adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (*value of the firm*). Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi umumnya mencerminkan kinerja keuangan yang kuat serta tingkat pengembalian yang menguntungkan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk selalu memantau dan meningkatkan nilai perusahaannya (Asnawi et al., 2019).

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai manajer dalam mengelola sumber



daya perusahaan yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan bergantung pada pandangan investor mengenai sejauh mana perusahaan tersebut berhasil, yang umumnya terkait dengan performa harga saham (Widiarso & Agustin, 2022). Salah satu indikator nilai perusahaan adalah harga sahamnya. Jika harga saham mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan juga meningkat, menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi bagi pemegang saham, yang tercermin dari tingginya tingkat return bagi mereka. Nilai perusahaan mencerminkan reputasi yang diperoleh oleh

sebuah perusahaan dari hasil aktivitasnya selama periode tertentu. Nilai perusahaan menjadi alat yang efektif dalam mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, sehingga nilainya menjadi fokus perhatian berbagai pihak karena memberikan gambaran yang akurat tentang kondisi perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang diperoleh pemilik perusahaan atau pemegang saham. Sebaliknya, jika nilai perusahaan rendah, ini mengindikasikan kondisi yang kurang menguntungkan bagi pemilik perusahaan atau pemegang saham (Amro & Asyik, 2021).



Gambar 1
Grafik Harga Saham Unilever Indonesia 2023

Fenomena yang terjadi pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2023 mengalami penurunan harga saham secara drastis dibandingkan dengan tahun 2019. Harga saham UNVR di posisi Rp10.000 per lembar saham pada 1 Februari 2019. Sementara, per 1 November 2023, saham UNVR jeblok di harga Rp3.580 per lembar saham. Sepanjang periode ini, berarti saham UNVR telah anjlok 64,2 persen. Penurunan nilai saham yang dimiliki perusahaan akan berdampak pada nilai perusahaan, karena nilai perusahaan penting bagi para investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para investor, dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Saham perusahaan menjadi tolak ukur untuk kepercayaan investor. Hal ini dapat mempengaruhi minat investor untuk membeli saham perusahaan dan dapat mengurangi likuiditas saham (Tonce, 2023). Dengan demikian, maka perlu adanya peningkatan pada nilai perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu ukuran perusahaan dan *leverage*. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar cenderung memiliki lebih banyak peluang untuk mendapatkan sumber pendanaan yang dapat mengurangi risiko operasional dan keuangan, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Penggunaan *leverage* dapat meningkatkan penggunaan modal dan memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi daripada biaya utangnya.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan dalam penilaian nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan jumlah total aset yang dimiliki oleh perusahaan, dan perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Ekadjaja, 2020) mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap penentuan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka lebih mudah untuk mengakses ke pasar modal, dengan kemudahan aksesibilitasnya ke pasar modal, perusahaan dapat memunculkan dana yang lebih besar. Dengan kemudahan tersebut akan ditangkap oleh para investor sebagai signal positif dan prospek perusahaan yang baik di masa yang akan datang. Investor akan mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam membeli saham perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan akan dijadikan patokan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga ukuran perusahaan bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan

Faktor lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* adalah rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan memanfaatkan pendanaan dari utang (*financial leverage*) dan merupakan salah satu faktor terhadap penentuan nilai perusahaan (Arfin, 2020). *Leverage* merujuk pada kemampuan sebuah perusahaan dalam memenuhi semua kewajiban atau utang, termasuk utang jangka pendek maupun utang jangka panjang, dengan menggunakan aset yang dimiliki oleh perusahaan sebagai jaminan (Barnades & Suprihadi, 2020). Jika sebuah perusahaan tidak menggunakan *leverage*, berarti perusahaan tersebut mengandalkan modal sendiri tanpa bergantung pada utang eksternal. Sebagai tambahan, penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Praptoyo, 2022) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti apabila semakin tinggi *leverage* maka semakin besar sumber pendanaan yang diperoleh dari pihak eksternal, sehingga penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tambahan dana yang berasal dari hutang tersebut dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperluas bisnisnya untuk meningkatkan laba perusahaan. Dengan semakin meningkatnya laba yang diperoleh, maka perusahaan dapat menggunakannya untuk melunasi kewajibannya terlebih dahulu kepada kreditur. *Leverage* memainkan peran penting bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya untuk memperoleh laba yang maksimal, sehingga akan memberikan dampak positif pada kesejahteraan para pemegang saham atau pemilik perusahaan itu sendiri. Dengan semakin meningkatnya kesejahteraan pemegang saham, nilai perusahaan juga akan cenderung meningkat.

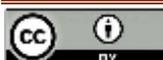
TINJAUAN PUSTAKA

Ukuran perusahaan dan Nilai Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dalam konteks penelitian ini mencerminkan sejauh mana perusahaan tersebut besar atau kecil, yang tercermin dalam total nilai asetnya. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak investor cenderung memberikan perhatian kepada perusahaan tersebut. Alasannya adalah perusahaan yang memiliki skala besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil, dan stabilitas ini menjadi daya tarik bagi investor untuk menginvestasikan dana mereka dalam saham perusahaan tersebut. Stabilitas ini pada gilirannya menjadi pendorong kenaikan harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki harapan tinggi terhadap kinerja perusahaan besar, yang mencakup ekspektasi akan dividen yang diperoleh dari investasi saham mereka. Peningkatan permintaan terhadap saham perusahaan dapat mengakibatkan kenaikan harga saham di pasar modal. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi kecenderungan investor untuk memiliki saham dalam perusahaan tersebut, yang dapat menyebabkan kenaikan harga saham. Kenaikan ini, pada gilirannya, dapat menyebabkan peningkatan nilai buku *Price Book Value* (PBV) atau valuasi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki skala besar dapat mendorong pasar untuk membayar premi lebih tinggi untuk mendapatkan sahamnya, didorong oleh keyakinan bahwa investasi tersebut akan menghasilkan pengembalian yang menguntungkan (Fahira et al., 2021).

Pada penelitian (Dewi & Ekadjaja, 2020) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Dewantari et al., 2019) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Audit internal memiliki pengaruh terhadap CGC pada BUMN di Indonesia (Kusmayadi, 2012 ; Fajar Arya & Hadri Mulya, 2020). Audit internal mempunyai keterlibatan yang erat dalam meningkatkan tata kelola perusahaan (Kontogeorgis, 2018). Ganda Saputra & Yusuf (2019) mengakui audit internal memiliki hubungan positif dengan tata kelola perusahaan. Tupamahu et al. (2022) menyimpulkan bahwa audit internal memberikan manfaat *good corporate governance* di PT. Bank Mandiri (Persero) Kantor Cabang Ambon berupa adanya peningkatan GCG dari tahun ke tahun.



H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Leverage dan Nilai Perusahaan

Pertumbuhan yang pesat dalam suatu perusahaan tentu memerlukan dana yang signifikan untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Rasio leverage digunakan sebagai indikator sejauh mana perusahaan memanfaatkan sumber pendanaan dari pinjaman. *Leverage* muncul ketika perusahaan menggunakan modal asing, yang berimplikasi pada tanggung jawab perusahaan untuk melunasi hutang tersebut (Novatiani. RA et al., 2022). Penggunaan *leverage* oleh suatu perusahaan bertujuan untuk memperoleh keuntungan maksimal dari sumber dana, sehingga dapat meningkatkan laba bagi para pemegang saham (Santoso & Junaeni, 2022).

Debt to Equity Ratio (DER) adalah metrik untuk mengukur *leverage*, yang menunjukkan proporsi dana yang berasal dari hutang untuk mendanai aset perusahaan. Hutang ini diperoleh dari kreditor dan berfungsi sebagai mekanisme mengatasi konflik keagenan. Oleh karena itu, perusahaan harus secara berkala membayar pinjaman. Tingkat *leverage* yang tinggi mencerminkan proporsi hutang yang besar. Semakin tinggi proporsi hutang, semakin tinggi nilai saham, yang pada gilirannya mempengaruhi valuasi perusahaan. Penggunaan hutang dapat memberikan dampak signifikan terhadap harga saham, karena tingginya hutang dapat meningkatkan laba per saham (Novita et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Wahidahwati, 2021) menjelaskan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang sejenis juga dilakukan oleh (Dewi & Praptoyo, 2022) yang juga menyatakan bahwa leverage yang diukur dengan menggunakan rasio DER (*Debt to Equity Ratio*) berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif, yang

mengutamakan penggunaan data berbentuk angka dalam seluruh proses penelitian, mulai dari pengumpulan hingga interpretasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh melalui laporan keuangan yang dipublikasikan. Data tersebut berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode tahun 2018-2022. Jenis data yang digunakan adalah data panel, yang merupakan kombinasi dari data *time series* dan data *cross section*. Data *time series* adalah data dari satu objek dengan beberapa periode waktu tertentu, sementara data *cross section* adalah data yang diperoleh dari satu atau lebih objek penelitian dalam satu periode yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022 dengan total 47 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang terdiri dari 46 perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian Model Data Panel

Penerapan teknik data panel dalam pemodelan dapat dilakukan melalui tiga pendekatan metode pengolahan alternatif. Pendekatan-pendekatan tersebut mencakup *Common Effect/Pooled Least Square* (CEM), *Fixed Effect* (FE), dan *Random Effect* (RE). Dalam menentukan model data panel dapat dilakukan melalui *Uji Chow* dan *Uji Hausman*, dengan hasil sebagai berikut:

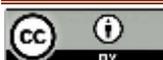
Uji Chow

Uji Chow dilaksanakan untuk mengevaluasi kecocokan penggunaan antara model *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Common Effect Model* (CEM). Jika probabilitas F menunjukkan signifikansi yang mencapai taraf kepercayaan α 0,05, maka model FEM dinyatakan lebih sesuai. Sebaliknya, jika hasilnya menunjukkan sebaliknya, maka model CEM lebih dipilih. Hasil dari uji chow adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
 Equation: Untitled
 Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.558795	(45,182)	0.0222



Cross-section Chi-square	74.980151	45	0.0033
--------------------------	-----------	----	--------

Sumber: data diolah Eviews 10

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh bahwa nilai *probability cross section Chi-Square* sebesar $0.0033 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian ini model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Hausman

Pemeriksaan untuk menilai kecocokan yang lebih optimal antara jenis model *Fixed Effect*

Model (FEM) atau *Randomixed Effect Model* (REM) adalah uji Hausman. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka model yang diunggulkan adalah FEM. Sebaliknya, jika skenario berkebalikan terjadi, maka model yang dipilih adalah REM. Hasil dari uji hausman adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	14.285067	2	0.0008

Sumber: data diolah Eviews 10

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh bahwa nilai *probability cross section random* sebesar $0.0008 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian ini model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis regresi linear berganda dengan

menerapkan metode enter. Dalam proses ini, semua variabel dimasukkan untuk mengungkap dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sementara variabel independen melibatkan ukuran perusahaan dan leverage. Hasil dari uji analisis regresi linear berganda ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Liner Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-15982.94	3800.638	-4.205332	0.0000
SIZE	560.1407	135.4592	4.135125	0.0001
DER	53.82885	26.96998	1.995880	0.0474

Sumber: data diolah Eviews 10

Berdasarkan hasil data pada Tabel 3, maka dapat disusun persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut:

$$PBV = -15982.94 + 560.1407Size + 53.82885DER + e$$

Hasil tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

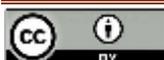
- a. Nilai koefisien regresi variabel nilai perusahaan (PBV) akan mengalami peningkatan sebesar -15982.94 untuk 1 satuan apabila semua variabel bersifat konstan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (Size) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 560.1407 nilai ini

menunjukkan bahwa setiap penurunan/peningkatan ukuran perusahaan (Size) sebesar 1 satuan diprediksi akan meningkatkan (+) nilai perusahaan (PBV) sebesar 560.1407.

- c. Nilai koefisien regresi variabel *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV) sebesar 53.82885 nilai ini menunjukkan bahwa setiap penurunan/peningkatan *leverage* (DER) sebesar 1 satuan diprediksi akan meningkatkan (+) nilai perusahaan (PBV) sebesar 53.82885.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) digunakan



sebagai indikator sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *adjusted R square*. Semakin tinggi nilai *adjusted*

R square maka semakin baik model yang digunakan dalam penelitian. Hasil dari uji koefisien determinasi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Method: Panel Least Squares
 Date: 02/17/24 Time: 10:55
 Sample: 2018 2022
 Periods included: 5
 Cross-sections included: 46
 Total panel (balanced) observations: 230

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-15982.94	3800.638	-4.205332	0.0000
SIZE	560.1407	135.4592	4.135125	0.0001
DER	53.82885	26.96998	1.995880	0.0474

Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.347545	Mean dependent var	92.13027	
Adjusted R-squared	0.179054	S.D. dependent var	1103.018	
S.E. of regression	999.4015	Akaike info criterion	16.83551	
Sum squared resid	1.82E+08	Schwarz criterion	17.55302	
Log likelihood	-1888.084	Hannan-Quinn criter.	17.12494	
F-statistic	2.062691	Durbin-Watson stat	3.262481	
Prob(F-statistic)	0.000368			

Sumber: data diolah Eviews 10

Berdasarkan Tabel 4, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0.179054 mencerminkan bahwa hanya sekitar 17.90% dari variasi dalam variabel nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh faktor - faktor seperti ukuran perusahaan dan *leverage*. Sebaliknya, sekitar 82.1% dari variasi tersebut dapat diatribusikan kepada faktor - faktor lain yang tidak dimasukkan dalam kerangka penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengevaluasi dampak dan tingkat kebermaknaan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau $\alpha=0,05$. Apabila nilai signifikansi $\alpha < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa terdapat dampak yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen secara terpisah. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $\alpha > 0,05$, dapat disimpulkan bahwa tidak ada dampak yang signifikan.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan,

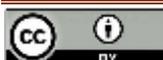
maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- Hasil analisis terhadap variabel ukuran perusahaan (X₁) menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0.0001 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- Hasil analisis terhadap variabel *leverage* (X₂) menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0.0474 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang besar cenderung memiliki akses yang lebih mudah ke pasar modal, yang berarti mereka memiliki fleksibilitas



dan kapasitas untuk mengumpulkan dana yang lebih besar. Kemampuan untuk memperoleh dana tambahan ini merupakan indikasi kuat bahwa perusahaan memiliki prospek yang cerah di masa depan. Kemudahan akses ke pasar modal juga dapat dianggap sebagai sinyal positif bagi para investor. Investor cenderung melihat perusahaan yang dapat dengan mudah mengumpulkan dana dari pasar modal sebagai perusahaan yang memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan kemampuan untuk mengelola risiko dengan baik. Hal ini dapat meningkatkan minat investor dalam membeli saham perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Muharramah & Hakim, 2021) yang menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Dewi & Ekadjaja, 2020) yang juga menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Rasio DER yang tinggi menandakan penggunaan hutang yang lebih besar dalam operasional perusahaan, dibandingkan dengan modal sendiri (ekuitas) perusahaan. Hal ini menggambarkan bahwa perusahaan memanfaatkan dana dari sumber eksternal, seperti kreditur, untuk mendukung kegiatan operasional dan pengembangan bisnis mereka. Kreditur, sebelum memberikan pinjaman, melakukan evaluasi terhadap kondisi perusahaan untuk menilai kelayakan perusahaan dalam memperoleh pinjaman. Apabila perusahaan dianggap mampu memenuhi kewajiban mereka, hal ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang dan menghasilkan laba yang memadai untuk melunasi kewajiban tersebut. Dana tambahan dari hutang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis dan mencerminkan keberhasilan perusahaan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Sari & Wahidahwati, 2021) menjelaskan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang sejenis juga dilakukan oleh (Dewi & Praptoyo, 2022) yang juga menyatakan bahwa *leverage* yang diukur dengan menggunakan rasio DER (*Debt to Equity Ratio*) berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2022), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2022.
2. *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2022.
3. Ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Amro, P. Z. N., & Asyik, N. F. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(7).
- Arfin, T. J. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(3), 1372–1379.
- Asnawi, A., Ibrahim, R., & Saputra, M. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam (Darussalam Journal of Economic Perspec*, 5(1), 70–83.
- Barnades, A. N., & Suprihadi, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages di BEI Periode (2014-2018). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74–83.
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh



- Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(2).
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 118–126.
- Fajar Arya, & Hadri Mulya. (2020). Effect Of Internal Audit Quality On The Effectiveness Of Good Corporate Governance (Case Study At Pt Jasa Raharja) . *Dinasti International Journal of Management Science*, Volume 2(Issue 2).
- Ganda Saputra, & Yusuf, A. (2019). The Role of Internal Audit in Corporate Governace and Contribution to Determine Audit Fees for External Audits. *Journal of Finance and Accounting* , Vol. 7(No. 1).
- Kontogeorgis, G. (2018). The Role of Internal Audit Function on Corporate Governance and Management. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, Vol. 8(No.4).
- Kusmayadi, De. (2012). Determinasi Audit Internal Dalam Mewujudkan Good Corporate Governance Serta Implikasinya Pada Kinerja Bank. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* , Vol. 16(No. 1).
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 569–576.
- Novatiani. RA, Fidya, A. R., & Azhar F.S. (2022). Factors Affecting Firm Value in the Consumer Goods Industry Sector . *NeuroQuantology*, Volume 20(Issue 8), 4358–4367.
DOI:10.14704/nq.2022.20.8.NQ44469
- Sari, D. K., & Wahidahwati, W. (2021). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(4).
- Tupamahu, K., Syahrina, N. D., & Ingrid, W. (2022). The Role Of Internal Audit In Efforts To Realize Good Corporate Governance (Case Study At Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk. Ambon Branch Office). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, Vol. 6(No. 3).
- Widiarso, M. I., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Zurriah, R. (2021). Pengaruh Return On Asset (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(3), 580–587.

