

PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR ROKOK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021-2024

Mira Opta Wiyana ¹⁾, Kun Ismawati ²⁾

^{1), 2)}Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta

E-mail: miraopta21@gmail.com¹⁾, kun.ismawati@gmail.com²⁾

Abstract

This study seeks to assess the impact of profitability, business size, as well as leverage on company value in cigarette industry corporations listed on the Indonesia Stock Exchange between 2021 and 2024, both partially and concurrently. This is a quantitative research. Purposive sampling was employed, which involved collecting secondary data from www.idx.co.id. The population of this study consists of five firms, four of which serve as research samples for classical assumptions, multiple linear regression analysis, determination coefficient test, t test, and F test. This study found that a company's size has a positive impact on its value, whereas profitability and leverage do not affect the value of the company.

Keywords: *profitability, company size, leverage, and company value*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan industri rokok yang sangat besar dan strategis. Sub sektor rokok memberikan perubahan yang cukup signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Kementerian Keuangan (2022) mengatakan penerimaan negara dari cukai pada tahun 2021 mencapai Rp 188,8 triliun. Permintaan terhadap produk rokok yang stabil terutama di kalangan masyarakat tertentu, menjadikan perusahaan-perusahaan sub sektor rokok menjadi objek yang menarik bagi investor. Persaingan yang semakin ketat dan perubahan preferensi konsumen, membuat perusahaan-perusahaan ini dituntut untuk terus meningkatkan kinerja keuangannya.

Kenaikan tarif cukai yang diberlakukan oleh pemerintah setiap tahunnya telah memberikan tekanan terhadap perusahaan-perusahaan rokok. Tahun 2021, Kementerian Keuangan mengesahkan eskalasi pajak rata-rata sejumlah 12,5% yang berdampak langsung pada biaya produksi perusahaan serta harga jual rokok di pasaran. Industri tembakau berada dalam situasi penurunan sejumlah 10,8% akibat pandemi COVID-19 atau corona. Jogja.tv mengatakan pergeseran konsumsi rokok ke vape mengalami kenaikan tajam dari semula 0,3% di 2011, menjadi 3% pada tahun 2021. Hal ini mendorong perusahaan untuk menyelesaikan strategi bisnis termasuk efisiensi operasional dan inovasi produk demi menjaga volume penjualan dan profitabilitas.

Profitabilitas sebagai salah satu indikator kinerja keuangan yang menjadi perhatian utama bagi investor. Menurut Sintyana dan Artini (2020), kapabilitas suatu entitas bisnis dalam memperoleh keuntungan secara berkelanjutan dapat memperkuat keyakinan para penanam modal serta berpotensi memicu peningkatan value perusahaan. Profitabilitas yang semakin besar menunjukkan kemungkinan imbal hasil dividen yang lebih tinggi bagi para pemegang saham, serta menumbuhkan harapan yang lebih besar terhadap pertumbuhan perusahaan di waktu mendatang. Dengan demikian, diyakini bahwa

profitabilitas memberikan dampak yang konstruktif pada nilai perusahaan. Sementara itu, Indarti dan Nurdhiana (2021) mengungkapkan bahwa perusahaan yang mencatatkan tingkat profitabilitas tinggi bisa saja mempunyai nilai pasar yang tidak sebanding. Ketidaksesuaian ini bisa muncul akibat pengaruh dari luar, seperti dinamika pasar atau pandangan investor terhadap tingkat risiko usaha yang dijalankan oleh perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan juga sering dijadikan variabel yang memengaruhi nilai perusahaan. Hanbo & Zulaikha (2022) menyebutkan bahwasanya perusahaan yang besar umumnya mempunyai jalan paling mudah pada investasi, memiliki diversifikasi produk yang lebih luas, dan kemampuan bertahan lebih kuat dalam menghadapi krisis. CNBC Indonesia mengatakan industri pengolahan tembakau Indonesia menyerap 246. 587 tenaga kerja yang menandakan peran dominan mereka. Novari & Lestari (2016) dinyatakan bahwa entitas bisnis berskala besar cenderung mempunyai value yang kian tinggi sebab dinilai semakin stabil serta mempunyai keunggulan kompetitif yang semakin kuat. Dimensi ukuran perusahaan bisa ditentukan lewat jumlah keseluruhan aktiva, volume penjualan, atau nilai kapitalisasi pasar. Studi yang dilakukan oleh Putri dkk. (2024) serta Dina dan Wahyuningtyas (2022) mengindikasikan bahwasanya terdapat hubungan positif antara skala perusahaan serta value perusahaan.

Nilai perusahaan terpengaruhi juga melalui tingkat *leverage* yang dimiliki. *Leverage* bisa dimengerti selaku indikator risiko yang berkaitan kepada perusahaannya. Semakin tinggi *leveragennya*, makin tinggi pula risiko penanaman modal yang dihadapi (Novari & Lestari, 2020). Oktaviarni (2019) menyatakan bahwa kian besar rasio utang, mengakibatkan kian besar juga risiko finansial yang perusahaan tanggung. Penelitian oleh Nadhilah, *et al.* (2022) dan Widhi & Suarmanayasa (2021) menegaskan bahwa *leverage* merupakan faktor penting dalam memengaruhi persepsi investor terhadap kesehatan keuangan perusahaan. Oleh karena itu, manajemen *leverage* begitu krusial, sebab pemanfaatan utang yang optimal mampu menumbuhkan value perusahaan.

Studi ini juga penting mengingat adanya hasil penelitian terdahulu yang masih menunjukkan inkonsistensi, khususnya terkait pengaruh variabel-variabel tersebut kepada nilai perusahaan. Sebagai contoh, sejumlah studi menunjukkan bahwasanya profitabilitas berdampak signifikan kepada value perusahaan, sementara penelitian lain memperlihatkan hasil sebaliknya. Perihal serupa terjadi juga kepada *leverage* serta dampak ukuran perusahaan kepada value perusahaan. Oleh karena itu, studi ini tujuannya guna memberi gambaran yang kian jelas dan terkini berkaitan pada relasi antar variabel tersebut, yang berfokus kepada periode 2021–2024 yang merupakan masa penuh tantangan dan transisi dalam dunia usaha.

Peneliti tertarik mengangkat judul: "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Rokok yang tercatat dalam BEI periode 2021–2024". Studi ini diinginkan mampu memberi peran serta nyata pada pertumbuhan wawasan dalam sektor pengelolaan finansial juga memberikan masukan yang relevan untuk sejumlah *stakeholder* pada pembuatan ketetapan yang semakin bijak dan tepat sasaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Signalling Theory

Signalling theory perdana dikemukakan oleh Michael Spence di 1973 pada studinya yang bertajuk "*Job Market Signalling*". Teori sinyal ataupun *Signalling theory* menjelaskan bahwasanya reaksi terhadap data oleh sebuah perusahaan bisa bervariasi di antara para investor, baik secara menguntungkan maupun merugikan, dan hal ini akan mempengaruhi perubahan harga saham. Sinyal yang bersumber pada manajemen

memperlihatkan kabar yang baik, dapat menyebabkan kenaikan harga saham. Sinyal dari manajemen yang menandakan berita buruk, maka akan berpotensi menyebabkan penurunan harga saham perusahaan (Qotimah & Kalangi, 2023). Teori sinyal menguraikan alasan di balik penekanan perusahaan terhadap pentingnya informasi yang mereka bagikan dalam pengambilan keputusan investasi oleh pihak lain. Perusahaan-perusahaan besar dapat membedakan diri dari yang kurang baik dengan memberikan informasi terpercaya mengenai kualitas mereka kepada pasar modal. Konsekuensi dari tindakan tersebut akan memunculkan sifat sentimen dari investor yang mampu mempengaruhi nilai sebuah perusahaan karena para investor akan mempertimbangkan berbagai indikator saat membuat keputusan investasi, seperti menganalisis kinerja saham perusahaan (Rodrigues & Guest, 2024).

Teori sinyal menjabarkan bahwa data yang disampaikan Perusahaan pada penanam modal memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan investasi dan harga saham. Sinyal positif bisa menumbuhkan keyakinan penanam modal memicu naiknya nilai ekuitas, sementara sinyal negatif dapat memicu penurunan harga saham. Perusahaan yang besar dapat menggunakan sinyal sebagai cara untuk menunjukkan kualitas mereka kepada pasar modal dan menarik investor yang akan mempertimbangkan berbagai informasi sebelum membuat keputusan investasi.

Agency Theory

Teori agensi ataupun *Agency theory* perdana diutarakan Michael C. Jensen dan William H. Meckling di 1976. *Agency Theory* mengilustrasikan manajemen selaku pihak yang akuntabel dalam pengelolaan perusahaan, sementara pemegang saham diartikan sebagai *principal*. Manajer cenderung lebih memprioritaskan kepentingan pribadi mereka. Situasi ini menimbulkan perselisihan antara pemegang saham dan manajer, yang berpotensi menyebabkan penurunan keuntungan. Sebagai akibatnya, muncul berbagai masalah terkait keagenan (Iman, *et al.* 2021).

Teori agensi menggambarkan interaksi antara pihak-pihak yang terlibat ketika satu orang atau lebih (*principal*) menunjuk individu lain (*agen*) untuk melakukan tugas tertentu, serta memberikan otoritas dalam pengambilan keputusan kepada agen tersebut (Lesmono & Siregar, 2021). Teori agensi menjelaskan hubungan antara manajemen (*agen*) dan pemegang saham (*principal*) dalam perusahaan. Dalam relasinya, manajemen berkewajiban guna mengelola perusahaan atas nama pemegang saham. Kepentingan pribadi manajemen seringkali tak selaras pada kebutuhan investor sehingga menimbulkan konflik yang bisa memberikan pengaruh pada value perusahaan. Value perusahaan yang baik bisa dijadikan indikator pihak eksternal untuk menilai kondisi keuangan perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas ialah tolak ukur utama yang menggambarkan performa finansial perusahaan, yang menunjukkan seberapa jauh perusahaan dapat menciptakan keuntungan atas penggunaan aktiva maupun sumber daya yang dipunyai. Profitabilitas yang besar mencerminkan efektivitas pengelolaan serta kapabilitas perusahaan dikala membentuk added value untuk investor. Selain itu, tingkat profitabilitas yang baik juga berpengaruh terhadap peningkatan imbal hasil investor, pembagian dividen, serta menarik minat pasar terhadap kepemilikan perusahaan. Maka, profitabilitas jadi sebuah alat analisis penting dikala mengevaluasi kesehatan dan prospek pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah indikator penting yang menggambarkan perbandingan operasional dan stabilitas sebuah entitas, dihitung berdasarkan jumlah aktiva, nilai saham, dan jumlah pemasaran. Perusahaan dengan aset lebih besar dianggap cenderung stabil dan memiliki sumber daya yang lebih kuat, serta lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga informasi mengenai mereka lebih mudah diakses oleh investor. Sholikhah & Praptiestrini (2021) jumlah aktiva yang massif akan memperlihatkan bahwasanya bisnis itu mempunyai tujuan yang baik serta peluang yang positif pada jangka periode yang lebih panjang.

Leverage

Leverage merupakan koefisien keuangan yang mencerminkan seberapa jauh perusahaan memanfaatkan utang pada susunan pendanaannya. Rasio ini penting karena dapat memengaruhi nilai perusahaan, baik dari sisi efisiensi penggunaan modal maupun dari tingkat risiko finansial yang ditanggung. *Leverage* yang tinggi memperlihatkan bahwasanya perusahaan didanai lebih banyak melalui utang dibandingkan ekuitas, yang dapat meningkatkan risiko keuangan serta menunjukkan potensi ketidaksehatan perusahaan. Analisis terhadap *leverage* melalui DER (*Debt to Equity Ratio*) menjadi penting guna menilai kapabilitas perusahaan dikala mencukupi kewajibannya serta menjaga stabilitas keuangan jangka panjang.

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan berdasarkan Guntoro & Syahyuni (2024) ialah tolok ukur guna mengevaluasi performa suatu perusahaan serta sering digunakan sebagai acuan untuk membandingkan satu perusahaan dengan lainnya. Bukan itu saja, value perusahaan juga jadi pertimbangan utama untuk para penanam modal, yang cenderung percaya bahwa perusahaan yang memiliki nilai baik dapat mengelola bisnisnya dengan efektif. Nilai Perusahaan menurut Naufal & Suwaidi (2021) mencerminkan pandangan investor mengenai sejauh mana perusahaan berhasil dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Konsep ini sering kali berkaitan erat dengan nilai saham yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Alhayra, *et al.* (2024) nilai perusahaan mencerminkan nilai jual dari sebuah usaha yang saat itu sedang beroperasi.

Penelitian Terdahulu

Kajian-kajian terdahulu yang memiliki keterkaitan pada riset ini salah satunya dilakukan oleh Dewantari, *et al.* (2020) melalui karya ilmiah bertajuk “Dampak Dimensi Perusahaan, Struktur Modal, serta Tingkat Keuntungan terhadap Harga Perusahaan pada Emiten Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia”. Fokus kajian tersebut adalah dalam perusahaan-perusahaan dalam industri makanan serta minuman yang terdaftar pada BEI selama rentang waktu 2015 hingga 2018. Berdasarkan temuan analisis, ditemukan bahwa faktor ukuran perusahaan serta tingkat profitabilitas memberi dampak yang signifikan serta bersifat positif kepada nilai perusahaan. Sebaliknya, tingkat *leverage* menunjukkan hubungan signifikan namun cenderung negatif terhadap nilai perusahaan.

Dina & Wahyuningtyas (2022) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)”. TEMuan kajiannya memperlihatkan bahwasanya variabel ukuran perusahaan serta profitabilitas berdampak

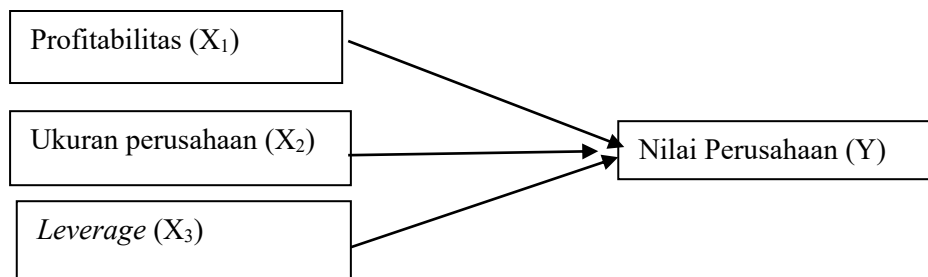
positif kepada nilai perusahaan. Sementara variabel *leverage* berdampak negatif kepada value perusahaan.

Susanto & Suryani (2024) pada kajiannya yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”. Objek kajian ini ialah perusahaan industri bidang plastik serta kemasan yang terdata dalam BEI tahun 2016-2020. Temuan studi menunjukkan bahwasanya *leverage*, profitabilitas, serta ukuran perusahaan, berdampak positif dan signifikan kepada value perusahaan.

Perbedaan studi ini terhadap kajian yang lain sebelumnya ada dalam fokus pengamatan yang dipakai. Studi ini memanfaatkan objek di perusahaan sub sektor rokok yang terdata dalam BEI. Perbedaan yang lain adalah periode penelitian yakni tahun 2021-2023. Persamaan studi ini fokus pada indikator-indikator yang memberikan pengaruh pada nilai perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada studi ini digambarkan seperti dibawah ini:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Gambar diatas menunjukkan pengaruh variabel-variabel bebas (profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*) terhadap variabel terikat (nilai perusahaan).

Hipotesis

Pada studi ini hipotesis yang disusun ialah:

1. Profitabilitas berdampak signifikan kepada nilai perusahaan dalam perusahaan sub sektor rokok yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.
2. Ukuran perusahaan berdampak signifikan kepada nilai perusahaan di perusahaan sub sektor rokok yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.
3. *Leverage* berdampak signifikan kepada nilai perusahaan dalam perusahaan sub sektor rokok yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.

METODE PENELITIAN

Metode penelitiannya yakni metode kuantitatif memanfaatkan data sekunder. Kajian ini memfokuskan populasinya pada perusahaan-perusahaan yang tergolong pada subsektor rokok dan tercatat dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2024, dengan total lima entitas. Dari populasi tersebut, ditetapkan empat perusahaan sebagai sampel. Dengan mempertimbangkan periode observasi selama empat tahun, maka total data yang dianalisis dalam studi ini berjumlah 16 observasi.

Definisi operasional variabel dikatakan seperti dibawah ini

1. Profitabilitas (X_1)

Kolamban, *et al.* (2020) Profitabilitas merupakan cerminan akhir atas berbagai keputusan strategis serta kebijakan operasional yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Pada studinya, aspek yang dimanfaatkan guna mengkalkulasikan tingkat profitabilitas yakni Return on Equity (ROE). Return on Equity (ROE) sendiri berfungsi sebagai alat ukur untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan mampu menciptakan keuntungan yang dapat diklaim oleh para pemegang saham. Adapun formula yang digunakan guna mengkalkulasikan ROE yaitu:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

2. Ukuran Perusahaan (X_2)

Pada kajian ini ukuran perusahaan dikalkulasikan menggunakan Logaritma Natural Total Aset guna menghitung aktiva perusahaan dengan sederhana tidak merubah rasio aset yang sebenarnya perusahaan miliki yang mampu mengoptimalkan keuntungan (Oktaviarni, 2019). Formula guna menghitung ukuran perusahaannya ialah:

$$\text{Ln} = \text{Total Aset}$$

3. Leverage (X_3)

Pada studi ini, tingkat leverage dianalisis memanfaatkan aspek Debt to Equity Ratio (DER). Rasio DER dimanfaatkan guna menilai sejauh mana dampak pembiayaan melalui utang, baik yang dimanfaatkan selalu modal tambahan ataupun sebagai aset pendanaan dalam perolehan aset perusahaan. Perhitungan DER dilakukan dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. Nilai Perusahaan (Y)

Studi ini memanfaatkan nilai perusahaan selaku variabel dependennya. Danty & Muliati (2021) menjelaskan bahwasanya Price to Book Value (PBV) merupakan proporsi finansial yang digunakan untuk membuat perbandingan nilai pasar suatu saham dengan nilai buku per saham dari perusahaan tersebut. Tingkat PBV ini bisa dihitung melalui rumusan dibawah ini:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Book Value Per Share}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Temuan analisis regresi linier berganda studi ini ialah :

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandadized Coefficients	Std.Error			
1 (Constant)	-19.741	4.714		-4.187	.001
ROE	-4.112	3.820	-.200	-1.077	.303
Ukuran Perusahaan	.757	.171	.819	4.437	.001
DER	.121	2.173	-.011	.056	.957
Adjust R ² = 0,674					

Sumber: Olah data, 2024

Temuan pengolahan data diatas menciptakan formulasi regresi linear berganda seperti dibawah ini:

$$Y = -19741 - 4112X_1 + 0,757X_2 + 0,121X_3 + \varepsilon$$

Nilai koefisien regresi untuk variabel profitabilitas (X1) menunjukkan angka negatif sebesar -4,112. Ini mengartikan bahwasanya melalui asumsi variabel lain tetap konstan, tiap kenaikan satu persen dalam profitabilitas akan diikuti oleh penurunan nilai perusahaan dalam sub sektor rokok yang tercatat dalam BEI di rentang waktu 2021 hingga 2024 sebesar 4,112%. Beserta nilai signifikansi sejumlah 0,303 yang lebih tinggi dari 0,05, sehingga pengujian t menyimpulkan bahwasanya pengaruh profitabilitas tak signifikan. Oleh sebab itu, hipotesis pertama yang mengklaim bahwasanya profitabilitas mempunyai efek signifikan serta positif pada nilai perusahaan tidak terbukti. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial tidak memberikan kontribusi yang signifikan kepada perubahan nilai perusahaan.

Nilai koefisien regresi dari variabel ukuran perusahaan (X2) ialah 0,757 dengan arah positif. Ini mengindikasikan bahwasanya jika ukuran perusahaan meningkat sejumlah satu persen, dan variabel lain dianggap tetap, sehingga nilai perusahaan di sub industri rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2021 hingga 2024 akan bertambah sebesar 0,757% searah dengan perubahan tersebut. Nilai signifikansi untuk variabel ini tercatat sebesar 0,001, yang berada di bawah ambang batas 0,05, sehingga hasil uji t menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “ukuran perusahaan diperkirakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan” terbukti benar. Menegaskan bahwasanya secara parsial, ukuran perusahaan memberi pengaruh positif yang signifikan kepada nilai perusahaan.

Koefisien regresi untuk variabel leverage (X3) tercatat positif sejumlah 0,121. Dengan asumsi variabel lain tetap, kenaikan leverage sebesar satu persen diperkirakan akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan di sub sektor rokok yang tercatat di BEI antara tahun 2021 sampai 2024 sebesar 0,121%. Namun, nilai signifikansi leverage sebesar 0,957, yang > 0,05, menunjukkan bahwasanya hasil uji t tak memperlihatkan pengaruh yang signifikan. Sebab itu, hipotesis yang mengajukan bahwasanya leverage memberikan dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan gagal dibuktikan.

Temuan ini memperlihatkan bahwasanya secara parsial, leverage tak berkontribusi secara bermakna pada nilai perusahaan.

Nilai adjusted R Square (R^2) dari uji koefisien determinasi adalah 0,674, yang menunjukkan bahwa sekitar 67,4% variasi nilai perusahaan (PBV) mampu dijabarkan oleh variabel independen yaitu profitabilitas (ROE), ukuran perusahaan, dan leverage (DER). Sisanya, sejumlah 32,6%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar ketiga variabel tersebut. Ketiga variabel independen tersebut memberikan kontribusi signifikan kepada nilai perusahaan di perusahaan sub sektor rokok yang terdata dalam BEI sepanjang 2021 hingga 2024.

Pembahasan

Menurut temuan uji t, variabel profitabilitas (ROE) mempunyai skor signifikansi sejumlah 0,303, yang melebihi garis 0,05. Hal ini memperlihatkan bahwasanya profitabilitas tak memberi dampak secara parsial kepada nilai perusahaan. Temuan ini mencerminkan bahwa, dalam konteks perusahaan sub sektor rokok yang terdata di BEI tahun 2021 hingga 2024, tingkat profitabilitas bukan merupakan elemen utama yang menjadi perhatian penanam modal dikala mengevaluasi nilai sebuah perusahaan. Kemungkinan besar hal tersebut diakibatkan oleh karakteristik industri rokok yang telah memiliki pasar yang relatif stabil dan kekuatan merek yang mapan, sehingga variasi dalam keuntungan tidak secara signifikan memberikan pengaruh pada pandangan terhadap nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini berbeda pada teori sinyal yang menyebutkan bahwasanya profitabilitas tinggi akan menjadi pertanda positif untuk penanam modal. Meski begitu, temuan ini relevan pada studi Indarti dan Nurdhiana (2021) yang menyimpulkan bahwasanya profitabilitas tak berdampak signifikan kepada nilai perusahaan di sektor logam.

Variabel ukuran perusahaan menunjukkan dampak yang signifikan kepada nilai perusahaan, dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,001 yang $< 0,05$. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya nilai perusahaan cenderung meningkat seiring dengan bertambahnya ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan total aset. Investor umumnya memandang perusahaan besar sebagai entitas yang lebih stabil dan memiliki keunggulan kompetitif di pasar. Temuan ini tidak selaras dengan hasil penelitian Carolin dan Susilawati (2024), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini mendukung teori sinyal yang berpendapat bahwa perusahaan dengan ukuran besar memberi isyarat mengenai kekuatan finansial kepada calon investor. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan temuan Putri dkk. (2024) serta Dina dan Wahyuningtyas (2022), yang menunjukkan bahwasanya ukuran perusahaan berkontribusi positif pada peningkatan nilai perusahaan.

Nilai signifikansi leverage (DER) dalam penelitian ini tercatat sebesar 0,957, yang lebih tinggi dari batas kritis 0,05. Hal tersebut menandakan bahwasanya secara parsial, leverage tak memberikan dampak pada nilai perusahaan. Dengan kata lain, besarnya utang yang dimiliki perusahaan tidak langsung mempengaruhi penilaian investor pada nilai perusahaan. Hal tersebut kemungkinan diakibatkan oleh keyakinan penanam modal bahwasanya struktur utang perusahaan masih dalam batas wajar dan dapat dikelola dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Analisis data serta diskusi pada studi ini bisa disimpulkan seperti dibawah ini:

1. Profitabilitas yang diukur melalui ROE tidak menunjukkan pengaruh kepada nilai perusahaan di perusahaan sub industri rokok yang tercatat di BEI selama periode 2021–2024.
2. Variabel ukuran perusahaan, yang dihitung menggunakan logaritma natural, memiliki dampak signifikan serta positif pada nilai perusahaan dalam sub sektor rokok yang tercatat di BEI dalam rentang waktu tersebut.
3. Sementara itu, leverage yang diukur dengan DER tidak memberikan pengaruh pada nilai perusahaan di perusahaan sub industri rokok yang tercatat di BEI pada 2021 hingga 2024.

Saran

Melalui temuan studi ini, bisa ditarik simpulan beberapa rekomendasi guna studi berikutnya. Diinginkan agar peneliti berikutnya menambahkan variabel tambahan yakni kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, atau struktur kepemilikan, yang mungkin mempunyai dampak lebih signifikan kepada nilai perusahaan. Bukan itu saja, studi selanjutnya bisa memperluas cakupan dengan mengkaji sektor lain guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh. Penambahan periode pengamatan juga dianjurkan agar penelitian dapat mencakup kondisi ekonomi yang lebih luas dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Carolyn, J.Y. & Susilawati, C. 2024. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya*, 7(1): 588–597.
- Choirul Iman, Sari, F.N. & Nanik Pujiati 2021. Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1): 191–198.
- Danty, A., I.C.D.D. & Muliati, N.K. 2021. Pengaruh Non Performing Loan, Price Earning Ratio Dan Price To Book Value Terhadap Harga Saham. *Hita Akuntansi dan Keuangan*, 2(3): 167–184.
- Dewantari, N.L.S., Cipta, W. & Susila, G.P.A.J. 2020. 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.
- Dina, D.A.S. & Wahyuningtyas, E.T. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Accounting and Management Journal*, 6(1): 36–49.
- Guntoro, G. & Syahyuni, D. 2024. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Insurance yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022). *Swabumi*, 12(1): 47–53.
- Hanbo, T.F.L. & Zulaikha 2022. Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur aset, likuiditas, dan risiko bisnis terhadap struktur modal. *Diponegoro journal of accounting*, 11(4): 1–15.
- Kolamban, D. V, Murni, S. & Baramuli, D.N. 2020. Analysis of The Effect of Leveragem Profitability and Company Size on Firm Value in The Banking Industry Registered on The IDX. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3): 174–183.
- Lesmono, B. & Siregar, S. 2021. Studi Literatur Tentang Agency Theory. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2): 203–210.
- Nadhilah, F., Widjaja, H.S. & Kaban, R.F. 2022. Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(2): 174.
- Naufal, D.R. & Suwaidi, R.A. 2021. Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(1): 1–13.

- Novari, P.M. & Lestari, dan P.V. 2020. Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Pendahuluan Mempertahankan kontinuitas perusahaan adalah elemen penting yang harus dipertahankan oleh perusahaan , terutama men. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9): 5671–5694.
- Oktaviarni, F. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1): 1–16.
- Qotimah, K. & Kalangi, L. 2023. Pengaruh Analisa Fundamental Terhadap Return Investasi Pada Saham Second Liner Di Sektor Energi Periode 2019-2022 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia The Effect Of Fundamental Analysis On Investment Return In Second Liner Share In The Energy Sector For. *Korompis 12 Jurnal EMBA*, 11(3): 12–26.
- Rauf Alhayra, A., Tangngisulu, J., Fajriah, Y., Studi, P., Manajemen, M., Tinggi, S., Ekonomi, I. & Bongaya, M. 2024. The Effect of Profitability on Company Value with Company Size as a Moderating Variable Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1): 2669–2680.
- Rodrigues, R. & Guest, D. 2024. Signalling theory. *A Guide to Key Theories for Human Resource Management Research*, 1(4): 254–260.
- Sholikah, T. & Praptiestrini 2021. Surakarta Accounting Review (SAREV). *Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 3(2): 89–100.
- Sintyana, I.P.H. & Artini, L.G.S. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2): 757.
- Susanto; Suryani 2024. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(9): 2413–2426.
- Widhi, N.N. & Suarmanayasa, I.N. 2021. Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 11(02): 267–275.