

PENGARUH LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN TAHUN 2019-2021

¹Rani Rahmawati, ²Endang Marsitoh, ³Purnama Siddi

¹²³Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta

¹²³ranirahma151@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to test and analyze whether liquidity, firm size, and leverage have an effect on firm value. The secondary data are obtained from the financial statements of food and beverage business entities listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2019-2021. The population uses the food and beverage business sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2019-2021. The population is the food and beverage business entities listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2019-2021. The sample was taken using purposive sampling technique, and obtained a sample that met the criteria of 18 business entities. Data analysis was done using multiple linear regression analysis technique, which was processed using SPSS version 21. The results indicated that there was an effect of liquidity and firm size on the value of the firm, while leverage had no effect on the value of the firm.

Keywords : Liquidity, Leverage, Firm Value

ABSTRAK

Tujuannya penelitian ini menguji dan menganalisis likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* apakah ada pengaruhnya dengan nilai perusahaan. Data sekunder yang diperoleh bersumber dari *financial statement* entitas bisnis makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Populasinya menggunakan sektor bisnis makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Sampel diambil memakai teknik *purposive sampling* dan didapatkan sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 18 entitas bisnis. Analisis data yang digunakan dengan teknik analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 21. Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh likuiditas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan, sedangkan *leverage* tidak ada pengaruhnya dengan nilai perusahaan.

Kata kunci : Likuiditas, *Leverage*, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Dampak perkembangan perekonomian menyebabkan entitas bisnis sebagai aktor ekonomi, perlu memiliki kemampuan bersaing untuk menjaga kelangsungan usahanya. Kesuksesan perusahaan hanya dapat dicapai melalui manajemen yang efektif, salah satunya dengan meningkatkan nilai perusahaan, kesejahteraan pemilikinya, dan nilai sahamnya di pasar (Khorida *et al.*, 2022). Entitas bisnis perlu merumuskan strategi agar dapat menjadi maju dan kuat. Tujuan jangka pendek entitas bisnis untuk mencapai laba secara maksimal, di sisi lain tujuan jangka panjangnya agar nilai perusahaan maksimal (Harsono, 2018).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yakni likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Likuiditas adalah parameter yang mencerminkan sejauh mana suatu perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendek (utang). Dalam konteks penelitian ini, likuiditas diwakili oleh *current ratio*. *Current ratio* adalah rasio likuiditas yang menilai kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek atau yang jatuh tempo dalam satu tahun (Jihadi *et al.*, 2021). Penelitian Husna & Satria, (2019); Jihadi *et al.*, (2021); Farizki *et al.*, (2021); Setiawan *et al.*, (2021); serta Nofika & Nurhayati, (2022) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Markonah *et al.*, (2020); Rofifudin *et al.*, (2020); serta Septiani & Indrasti, (2021) mengungkapkan tidak adanya dampak likuiditas dengan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga perlu diperhatikan oleh investor untuk melihat nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan berbagai metrik seperti total aset, penjualan, atau modal perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar biasanya dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif stabil dan cenderung mampu menghasilkan lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki total aset yang lebih kecil (Husna & Satria, 2019). Menurut penelitian Nuradawiyah *et al.*, (2020); Farizki *et al.*, (2021); Herawan & Dewi, (2021); Setiawan *et al.*, (2021); Nofika & Nurhayati, (2022); serta Sabaruddin & Pujarani, (2023) mengungkapkan antara nilai perusahaan dan ukuran perusahaan ada pengaruhnya. Kontradiktif dengan penelitian Antoro *et al.*, (2020) dan Shafira & Putra, (2022) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan pada nilai perusahaan tidak memiliki dampak.

Leverage merupakan ukuran seberapa besar jumlah utang yang digunakan oleh entitas bisnis untuk mendanai kegiatan operasionalnya (Jihadi *et al.*, 2021). Hasil penelitian Jihadi *et al.*, (2021); Herawan & Dewi, (2021); Nofika & Nurhayati, (2022); Shafira & Putra, (2022); serta Sabaruddin & Pujarani, (2023) mengungkapkan *leverage* dengan nilai perusahaan memiliki dampak. Kontradiktif dengan peneliti Nuradawiyah *et al.*, (2020); Rofifudin *et al.*, (2020); Farizki *et al.*, (2021); serta Setiawan *et al.*, (2021) hasilnya *leverage* tidak ada dampaknya terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melakukan penelitian tambahan tentang "Pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman tahun 2019-2021" untuk memperbarui variabel penelitian, jangka waktu penelitian, dan subjek penelitian, yaitu entitas bisnis makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2021.

LANDASAN TEORI

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Menurut Brigham & Houston, (2015) isyarat atau sinyal adalah suatu perilaku yang diambil oleh manajemen entitas bisnis yang memberikan petunjuk kepada investor tentang pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan. Teori sinyal (*signalling theory*) dibuat untuk memaksimalkan PBV. Sinyal yang positif memberikan kesempatan dalam berinvestasi kepada calon investor.

Dengan adanya *signaling theory* akan tampak jelas nilai dari likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* yang pastinya akan membagikan masukan baik juga kepada investor dalam melihat PBV dari suatu entitas bisnis. Lengkapnya informasi, dan yang relevan, akurat, serta tepat waktu sangat penting bagi investor pasar modal sebagai alat untuk menganalisis sebelum mengambil keputusan investasi. Pengumuman yang berisi informasi yang penting seringkali memberikan sinyal kepada investor dalam pengambilan keputusan mereka. Ketika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, diharapkan pasar akan bereaksi secara cepat ketika pengumuman tersebut diterima. Pada saat informasi diumumkan, investor yang menerima informasi tersebut akan terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisisnya sebelum membuat keputusan investasi. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya pengumuman yang akurat dan tepat waktu dalam memberikan panduan kepada investor dalam pasar modal. Jika sinyal yang diberikan oleh perusahaan positif maka nilai perusahaan akan menjadi semakin baik (Jogiyanto & Hartono, 2016).

Teori Keseimbangan (Trade Off Theory)

Trade off theory dikenalkan Modigliani dan Miller pada tahun 1963 untuk pertama kalinya. *Trade off theory* menyatakan entitas bisnis yang struktur modalnya dari pembiayaan eksternal yang banyak akan menimbulkan beban bunga yang tidak kecil bagi entitas bisnis. Pembebanan bunga yang tidak sedikit akan menurunkan pendapatan yang belum dikenakan pajak sehingga pajak yang akan dilunasi entitas bisnis menjadi menurun. Jadi, pemakaian dana eksternal yang meningkat bisa meningkatkan nilai perusahaan yang disebabkan adanya biaya bunga yang menimbulkan biaya pajak bagi perusahaan akan turun (Zuhroh, 2019).

Nilai Perusahaan (X1)

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor pada keberhasilan suatu entitas bisnis. Hal ini tergambarkan dari harga saham entitas bisnis. Harga saham yang tidak turun menggambarkan kepercayaan investor pada suatu entitas bisnis. Mereka rela menanam modal banyak supaya mendapatkan untung yang lebih banyak. Tingginya harga saham bisa memberi sinyal yang positif agar kertertarikan investor dalam mengambil keputusan berinvestasi menjadi tinggi (Rohaeni *et al.*, 2018).

Likuiditas (X1)

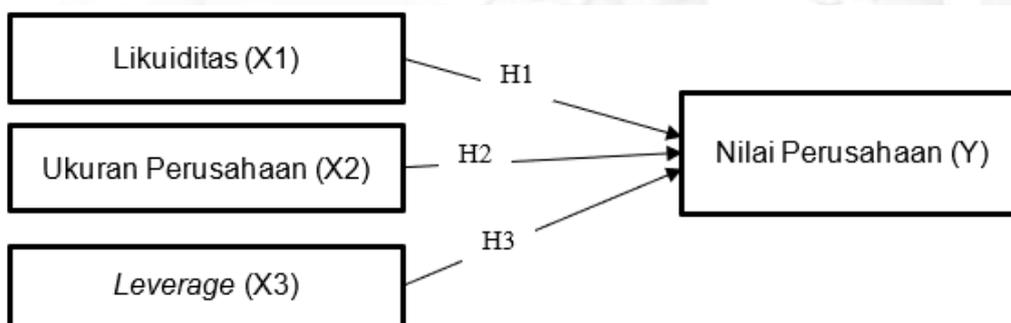
Menurut Kasmir, (2019) menyebutkan bahwa rasio likuiditas (*liquidity ratio*) adalah rasio yang mendefinisikan kapabilitas entitas bisnis dalam pemenuhan kewajibannya (hutang) jangka pendek, berarti jika entitas bisnis ditagih, entitas bisnis akan mampu untuk melunasi hutangnya tersebut utamanya hutang yang telah jatuh tempo. Sementara pendapat Fahmi, (2017: 121) rasio likuiditas merupakan kemampuan suatu entitas bisnis melunasi hutangnya yang jangka pendek dengan tepat waktu.

Ukuran Perusahaan (X2)

Pendapat Brigham & Houston, (2015: 4) ukuran perusahaan adalah ukuran kecil besarnya sebuah entitas bisnis yang dilihat atau dinilai dari total aset, total penjualan, jumlah laba, biaya pajak dan lain-lain. Kecil atau besarnya suatu skala pada ukuran perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Jogiyanto & Hartono, (2016) menyatakan ukuran perusahaan yaitu kecil besarnya perusahaan yang bisa diukur menggunakan nilai total aktiva atau penjualan bersih atau nilai ekuitas.

Leverage (X3)

Leverage merupakan rasio yang dipakai untuk menghitung sejauh mana aktiva entitas bisnis didanai menggunakan hutang. Artinya berapa banyak biaya hutangnya yang menjadi tanggungan entitas bisni dibanding dengan aktiva (Kasmir, 2015: 151).



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai perusahaan

Rasio likuiditas memberikan data yang krusial untuk perkembangan suatu entitas bisnis dalam waktu yang singkat (Supriantikasari & Utami, 2019). Semakin tinggi rasio likuiditas suatu entitas bisnis, semakin besar kemampuan entitas bisnis tersebut untuk melunasi kewajibannya dengan lancar, dan sebaliknya. Rasio likuiditas bisa menjadi indikator keamanan perusahaan, namun di sisi lain, tingkat likuiditas yang tinggi juga dapat berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan alokasi dana yang lebih banyak pada pelunasan kewajiban jangka pendek, sehingga dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham menjadi lebih rendah. Respons negatif dari investor terhadap hal ini dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Hasil penelitian Saputri & Giovanni, (2021) mengungkapkan likuiditas dengan nilai perusahaan ada dampaknya. Sejalan dengan hasil terdahulu peneliti Husna & Satria, (2019); Jihadi *et al.*, (2021); Farizki *et al.*, (2021); Setiawan *et al.*, (2021); serta Nofika & Nurhayati, (2022); serta Wijaya & Fitriati, (2022) yang mengungkapkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

H1: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan sebab nilai ukuran entitas bisnis yang tinggi, anggapanya baik karena mempunyai kinerja yang hebat dan sistem keuangan yang tertata dan stabil. Tertatanya dan stabilnya *financial* pada umumnya akan membuat investor tertarik, sebab dipandang mempunyai kinerja yang unggul dan menjanjikan untuk memberi keuntungan atas investasi mereka sehingga nilai perusahaan menjadi tinggi (Asril *et al.*, 2021). Husna & Satria, (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan ada berpengaruhnya pada nilai perusahaan. Hasil penelitian itu sejalan dengan Nuradawiyah *et al.*, (2020) ; Farizki *et al.*, (2021); Herawan & Dewi, (2021); Setiawan *et al.*, (2021); Nofika & Nurhayati, (2022); Wijaya & Fitriati, (2022); serta Sabaruddin & Pujarani, (2023) yang berpendapat bahwa ukuran perusahaan memiliki dampaknya padanilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang diajukan yaitu :

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Leverage terhadap Nilai perusahaan

Leverage yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), mengindikasikan seberapa besar modal yang dibiayai oleh hutang dalam sebuah entitas bisnis. Entitas bisnis dengan tingkat kewajiban yang tinggi cenderung memiliki tingkat modal yang besar untuk menghasilkan keuntungan. Hal ini dapat memiliki dampak positif bagi perusahaan karena dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap entita tersebut, yang pada gilirannya dapat berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan (Shafira & Putra, 2022). Menurut penelitian Markonah *et al.*, (2020) *leverage* ada dampaknya dengan nilai perusahaan. Penelitian tersebut sejalan dengan Jihadi *et al.*, (2021); Herawan & Dewi, (2021); Nofika & Nurhayati, 2022); Shafira & Putra, (2022); serta Sabaruddin & Pujarani, (2023) yang mengemukakan bahwa *leverage* dengan nilai perusahaan ada pengaruhnya. Sehingga hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini:

H3: Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODOLOGI

Penelitian in bersifat kuantitatif menggunakan sumber data sekunder yang didapatkan dari financial statement entitas bisnis makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Penelitian populasinya melibatkan entitas bisnis *food and baverage* di BEI tahun 2019-2021. Metode sampel diambil dengan *purposive sampling*.

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021	28
2	Perusahaan makanan dan minuman yang tidak mempublikasikan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2019-2021	(1)
3	Perusahaan makanan dan minuman yang mengalami rugi selama periode 2019-2021	(9)
4	Perusahaan makanan dan minuman yang tidak menyatakan laporan keuangan dalam bentuk rupiah	0
Jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria		18
Jumlah observasi selama 3 tahun (18 x 3)		54

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Data entitas bisnis yang menjadi sampel didalam penelitian ini dianalisis memakai regresi linear berganda dan diproses dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi

21. Proses analisis dimulai dengan analisis deskriptif untuk menjelaskan data, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, serta uji heteroskedastisitas. Selanjutnya melakukan uji regresi linear berganda yang melibatkan pembentukan model regresi, uji kelayakan model (uji F), uji hipotesis (uji t), dan uji koefisien determinasi (R^2). Langkah-langkah tersebut dipakai untuk memahami variabel-variabel yang diteliti berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan dan memvalidasi hasil analisisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	54	-0,33	7,91	2,8224	1,79943
Likuiditas	54	0,41	13,31	3,0804	2,88496
Ukuran Perusahaan	54	27,23	32,83	28,9462	1,56670
Leverage	54	-2,13	2,30	0,6541	0,65479
Valid N (listwise)	54				

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Dari hasil tersebut dapat dilihat nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata, dan standar deviasi dari variabel masing-masing.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B
Constant	0,103
Likuiditas	-0,071
Ukuran Perusahaan	0,099
Leverage	-0,185

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Dari tabel 3, didapatkan persamaan model regresi :

$$Y = 0,103 - 0,071X_1 + 0,099X_2 - 0,185X_3$$

Persamaan model regresi berarti nilai konstanta sebesar 0,103 menunjukkan bahwa apabila likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* konstan atau sama dengan nol maka nilai perusahaan sama dengan sebesar 0,103. Besarnya nilai koefisien variabel likuiditas sejumlah -0,071 dengan angka negatif. Dapat diartikan apabila likuiditas mengalami kenaikan sebanyak 1 satuan dengan anggapan lainnya tetap, maka nilai dari nilai perusahaan akan mengalami penurunan sejumlah 0,071. Besarnya nilai koefisien ukuran perusahaan sebesar 0,099 dengan nilai positif. Dapat diartikan apabila ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dengan anggapan tetap lainnya, maka nilai dari nilai perusahaan akan mengalami kenaikan seangka 0,099. Besarnya nilai koefisien variabel *leverage* senilai -0,185 dengan nilai negatif. Dapat diartikan apabila *leverage* mengalami kenaikan sejumlah 1 satuan dengan asumsi lainnya tetap, maka nilai dari nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebanyak 0,185.

Tabel 4. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

F Hitung	F Tabel	Sig	Syarat	Keterangan
6,355	3,18	0,001	< 0,05	Model layak

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Dari tabel diatas, uji ini dapat dikatakan layak karena nilai Sig 0,001 < 0,05 atau F Hitung 6,355 > F Tabel 3,18.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Hipotesis	t Hitung	t Tabel	Sig.	Syarat	Keterangan
Likuiditas	-2,145	-2,00856	0,037	< 0,05	Diterima
Ukuran Perusahaan	3,815	2,00856	0,000	< 0,05	Diterima
Leverage	-1,207	-2,00856	0,233	< 0,05	Ditolak

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Berdasarkan tabel 5, hasil hipotesis satu $-t$ Hitung $-2,145 < -t$ Tabel $-2,00856$ dan signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$ artinya H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima. Jadi likuiditas dengan nilai perusahaan ada pengaruhnya. Hasil hipotesis nomor dua t Hitung $3,815 > t$ Tabel $2,00856$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak pada nilai perusahaan. Hipotesis tiga t Hitung $-1,207 > t$ Tabel $-2,00856$ dan signifikansi bernilai $0,233 > 0,05$ artinya H_0 diterima sedangkan H_3 ditolak menunjukkan leverage tidak ada pengaruhnya dengan nilai perusahaan.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	Adjusted R-Square	Keterangan
1	0,310	Variabel independen berpengaruh sebesar 31% terhadap variabel dependen.

Sumber: Data sekunder yang telah diolah

Dari tabel 4.12, memperlihatkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* sejumlah 31% dipengaruhi oleh variabel independen likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage*, sementara 69% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa likuiditas ada pengaruhnya pada nilai perusahaan, di mana penurunan likuiditas akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan. Keputusan entitas bisnis untuk membayar utang yang tinggi, yang mengindikasikan tingkat likuiditas yang terlalu tinggi, akan berdampak pada tingkat pengembalian kepada pemegang saham. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa likuiditas yang terlalu tinggi dapat menghambat kemampuan entitas bisnis dalam menghasilkan laba, karena adanya dana yang tidak digunakan secara produktif dan menganggur. Laba yang rendah akan menggambarkan tingkat pengembalian yang rendah pula, yang dapat menyebabkan para investor untuk mempertimbangkan kembali keputusan mereka dalam berinvestasi, yang pada akhirnya akan berdampak pada nilai perusahaan. Dalam konteks ini, hal tersebut konsisten dengan teori *signaling*, di mana kemampuan entitas bisnis untuk melunasi kewajiban jangka pendek bisa memberikan sinyal yang baik kepada pemegang saham. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Saputri & Giovanni, (2021) menunjukkan bahwa likuiditas dengan nilai perusahaan ada pengaruhnya. Hasil tersebut juga sama dengan Husna & Satria, (2019); Jihadi *et al.*, (2021); Farizki *et al.*, (2021); Setiawan *et al.*, (2021); serta Nofika & Nurhayati, (2022); serta Wijaya & Fitriati, (2022) yang berpendapat likuiditas dan nilai perusahaan ada dampaknya. Kontradiktif, dengan penelitian Markonah *et al.*, (2020); Rofifudin *et al.*, (2020); serta Septiani & Indrasti, (2021) menunjukkan likuiditas tidak berdampak pada nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji memperlihatkan ukuran perusahaan ada dampaknya pada nilai perusahaan dimana ukuran perusahaan yang besar menandakan semakin tingginya nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan entitas bisnis yang tidak kecil cenderung mempunyai kondisi yang lebih

stabil, karena aset yang mereka punya dimanfaatkan secara optimal oleh manajemen. Kondisi ini menjadi penyebab naiknya harga saham entitas bisnis di pasar modal. Pemegang saham memiliki harapan tinggi terhadap entitas bisnis besar, terutama dalam hal pembayaran dividen. Permintaan yang meningkat terhadap saham entitas bisnis dapat mendorong kenaikan harga saham di pasar modal. Kenaikan ini mencerminkan persepsi bahwa entitas bisnis mempunyai nilai yang lebih tinggi. Hasil penelitian sejalan dengan (Husna & Satria, 2019); Nuradawiyah *et al.*, (2020); Farizki *et al.*, (2021); Herawan & Dewi, (2021); Setiawan *et al.*, (2021); Nofika & Nurhayati, (2022); Wijaya & Fitriati, (2022); serta Sabaruddin & Pujarani, (2023) yang berpendapat ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan ada dampaknya. Berkabalikan dengan Antoro *et al.*, (2020) dan Shafira & Putra, (2022) yang mengungkap ukuran perusahaan tidak ada berpengaruhnya pada nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji memperlihatkan *leverage* tidak ada dampaknya pada nilai perusahaan. *Leverage* dalam sebuah bisnis tidak selalu menjadi tolak ukur bagi pemegang saham, karena fokus utama mereka lebih tertuju pada bagaimana manajemen menggunakan dana tersebut secara efektif dan efisien untuk meningkatkan nilai perusahaan. Besarnya atau kecilnya hutang perusahaan tidak secara langsung memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan entitas bisnis dengan tingkat hutang yang tinggi pun dapat memiliki nilai perusahaan yang tinggi, begitu pula sebaliknya, entitas bisnis dengan tingkat hutang yang rendah juga dapat memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Rasio *debt to equity ratio*, yang membandingkan total hutang dengan total ekuitas atau modal sendiri, belum tentu mampu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan hutang untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas pasar modal, di mana pergerakan harga saham dan penciptaan nilai tambah suatu perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor pasar yang dinamis. Hasil ini sejalan dengan Nuradawiyah *et al.*, (2020); Rofifudin *et al.*, (2020); Farizki *et al.*, (2021); serta Setiawan *et al.*, (2021) berpendapat *leverage* tidak ada pengaruhnya pada nilai perusahaan. Tetapi tidak sejalan dengan penelitian Jihadi *et al.*, (2021); Herawan & Dewi, (2021); Markonah *et al.*, (2020); Nofika & Nurhayati, (2022); Shafira & Putra, (2022); serta Sabaruddin & Pujarani, (2023) yang mengungkapkan bahwa *leverage* dan nilai perusahaan ada dampaknya.

PENUTUP

Menguji dan menganalisis pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan adalah tujuan penelitian ini. Hasilnya memperlihatkan bahwa likuiditas dan ukuran perusahaan ada pengaruhnya dengan nilai perusahaan, sedangkan *leverage* tidak ada dampaknya pada nilai perusahaan. Melalui hasil pengujian dan analisis yang dikerjakan, peneliti mengidentifikasi sejumlah keterbatasan didalam penelitian ini. Batasan utama adalah populasi penelitian yang terbatas pada entitas bisnis makanan dan minuman selama periode 2019-2021, sehingga hasilnya tidak dapat secara umum diterapkan pada perusahaan di luar cakupan tersebut. Disamping itu, nilai koefisien determinasi hanya mencapai 31%, menunjukkan bahwa terdapat 69% variabel lainnya, seperti profitabilitas, umur perusahaan dan faktor-faktor lainnya yang mungkin mempunyai dampak pada nilai perusahaan. Penelitian yang akan datang, disarankan untuk memperluas cakupan populasi dengan melibatkan semua entitas bisnis yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, penelitian periodenya diperpanjang untuk mendapatkan generalisasi yang lebih komprehensif, dan menambah variabel tambahan yang belum dieksplorasi pada penelitian ini yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Antoro, W., Sanusi, A., & Asih, P. (2020). The Effect of Profitability, Company Size, Company Growth on Firm Value Through Capital Structure in Food and Beverage Companies on the Indonesia Stock Exchange 2014-2018 Period. *International Journal*

- of *Advances in Scientific Research and Engineering*, 06(09), 36–43. <https://doi.org/10.31695/ijasre.2020.33876>
- Asril, Yeni, F., & Sanjaya, S. (2021). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 6(3), 104–112. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v6i3.130>
- Brigham, F., & Houston, J. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi 11, (11th ed)*. Salemba Empat.
- Fahmi. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273>
- Harsono, A. (2018). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI*, 20(2), 117–126.
- Herawan, F., & Dewi, S. P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 3, 137–145.
- Husna, A., & Satria, I. (2019). EFFECTS OF RETURN ON ASSET, DEBT TO ASSET RATIO, CURRENT RATIO, FIRM SIZE, AND DIVIDEND PAYOUT RATIO ON FIRM VALUE. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50–54. <https://doi.org/10.32479/ijefi.8595>
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423–431. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0423>
- Jogiyanto, & Hartono. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Kedelapan)*. BPFE Yogyakarta.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Khorida, S., Wijayanti, A., & Dewi, R. R. (2022). Issue 2 (2022) Pages 377-384 INOVASI: Jurnal Ekonomi. *Keuangan Dan Manajemen*, 18(2), 377. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i2.10620>
- Markonah, M., Salim, A., & Franciska, J. (2020). EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE, AND LIQUIDITY TO THE FIRM VALUE. 1(1). <https://doi.org/10.31933/DIJEFA>
- Nofika, S., & Nurhayati, I. (2022). faktor- faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebaga variabel moderasi. *Owner*, 6(1), 828–845. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.677>
- Nuradawiyah, A., Susilawati, S., & Muhammadiyah Jakarta, S. (n.d.). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Indeks LQ45). <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/akuntansi>
- Rofifudin, F. M., Purwianti, W., Wahyuni, S., & Darmawan, A. (n.d.). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. In *Jurnal Proaksi* (Vol. 10, Issue 2). <https://www.idx.co.id/>
- Rohaeni, N., Hidayat, S., & Ifat, F. (2018). Nilai Perusahaan Manufaktur ddi Bursa Efek Indonesia Ditinjau Dari Prespektif Kebijakan Deviden dan Kebijakan Hutang. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(2), 1–6.
- Sabaruddin, & Pujarani, Q. E. (2023). INFLUENCE OF LIQUIDITY, LEVERAGE, PROFITABILITY AND COMPANY SIZE TO COMPANY VALUE (EMPIRE STUDY ON FOOD SUB-SECTOR COMPANIES AND BEVERAGES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD 2014-2017). *Management Analysis Journal*, 12(2), 242–247. <http://maj.unnes.ac.id>

- Septiani, I., & Indrasti, A. W. (2021). Pengaruh Keputusan Investasi, Likuiditas, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), 71–88.
- Setiawan, D., Rohanda, I., & Abbas, D. S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Net Profit Margin Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2018). *UM JEMBER PRESS*, 417–424. <https://katadata.co.id>
- Shafira, N., & Putra, A. (2022). Pengaruh Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020). *Journal Advance Center for Finance and Accounting*, 02, 189–222. <http://journal.jacfa.id/index.php>
- Supriantikasari, N., & Utami, E. S. (2019). PENGARUH RETURN ON ASSETS, DEBT TO EQUITY RATIO, CURRENT RATIO, EARNING PER SHARE DAN NILAI TUKAR TERHADAP RETURN SAHAM (Studi Kasus Pada Perusahaan Go Public Sektor Barang Konsumsi Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 5(1), 49. <https://doi.org/10.26486/jramb.v5i1.814>
- Zuhroh, I. (2019). The Effects of Liquidity, Firm Size, and Profitability on the Firm Value with Mediating Leverage. *The 2nd International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP) Theme: "Sustainability and Socio Economic Growth"*, *KnE Social Sciences*, 203–230.

