



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 3218-3224

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Basilio Franca Pereira Miranda¹, Aftoni Sutanto², Salamaton Asakdiyah³

Program Studi Magister Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan

2414051010@webmail.uad.ac.id¹, aftoni.sutanto@mm.uad.ac.id², salamaton_2009@yahoo.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada 228 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2024. Dari jumlah tersebut, 110 perusahaan tidak memenuhi kriteria, sedangkan 118 perusahaan memenuhi kriteria analisis. Setelah melalui proses penyaringan, ditemukan 48 data outlier, sehingga menghasilkan 70 sampel yang lolos segala uji. Nilai perusahaan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV), sementara profitabilitas diukur dengan Return on Asset (ROA), dan leverage diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER). Ukuran perusahaan diukur dengan SIZE. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independen dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Secara simultan profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi referensi bagi investor serta manajer dalam pengambilan keputusan strategis. Temuan ini juga berkontribusi pada pengembangan strategi bisnis di sektor manufaktur, yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian ini bisa menjadi dasar untuk studi lebih lanjut tentang nilai perusahaan di pasar modal.

Kata kunci: Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

1. Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor yang mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham dan kemakmuran para pemegang saham [1]. Perusahaan dengan harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memiliki keyakinan terhadap prospek perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, upaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan menjadi aspek yang krusial dalam mencapai tujuan bisnis, salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam menilai nilai perusahaan adalah laporan keuangan tahunan, yang memberikan gambaran mengenai kinerja keuangan perusahaan [2]. Menurut [3] perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik akan menarik minat investor untuk berinteraksi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap harga saham dan nilai perusahaan. Sebaliknya, kinerja keuangan yang buruk cenderung mengalami penurunan harga saham, yang mengakibatkan turunnya nilai perusahaan.

Sektor manufaktur memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena kontribusinya terhadap nilai tambah industri, penyerapan tenaga kerja, dan stabilitas pasar keuangan. Namun, dinamika ekonomi global dan domestik pada tahun 2024 menunjukkan adanya tekanan yang berdampak pada kinerja perusahaan manufaktur. Pada tahun 2024, sektor manufaktur berada dalam kondisi yang menantang. Aktivitas industri melemah, ditandai dengan turunnya Indeks Manufaktur Indonesia (PMI) menjadi 50,7 pada Juni 2024, dari 52,1 pada Mei 2024, yang merupakan level terendah sejak Mei 2023 dan menjadi penurunan ketiga secara beruntun. Pelemahan ini dipicu oleh naiknya biaya bahan baku serta depresiasi rupiah sebesar 5,9% terhadap dolar Amerika Serikat, sementara permintaan pasar juga melambat. Kondisi ini berpotensi memengaruhi kinerja keuangan perusahaan manufaktur, khususnya dari sisi profitabilitas dan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjang.

Dalam konteks tersebut, beberapa faktor fundamental diduga kuat memengaruhi nilai perusahaan. Pertama, profitabilitas, yang mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan efektivitas manajemen [4]. Profitabilitas yang tinggi berpotensi mendorong pertumbuhan, meningkatkan kinerja keuangan, dan menarik

minat investor [5]. Kedua, *leverage*, yaitu kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban keuangannya dengan menggunakan pendanaan utang [6]. Pengelolaan utang yang optimal dapat mendukung operasional, namun *leverage* yang tinggi juga meningkatkan risiko finansial yang dapat memengaruhi persepsi investor. Ketiga, ukuran perusahaan, yang menggambarkan skala perusahaan berdasarkan total aset atau penjualan. Perusahaan besar umumnya dianggap lebih matang, stabil, dan memiliki daya tahan lebih baik dalam menghadapi gejolak ekonomi, sehingga dapat lebih menarik bagi investor [7].

Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya adalah profitabilitas. Menurut [4], profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya. Semakin tinggi rasio profitabilitas, semakin besar juga laba yang dihasilkan perusahaan [8]. Profitabilitas yang tinggi berpotensi mendorong pertumbuhan perusahaan, meningkatkan kinerja keuangan, serta dapat menarik investor untuk menanamkan modal [5].

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Menurut [6], *leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya, baik dalam jangka panjang maupun pendek, pengelolaan utang yang optimal memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan dana pinjaman mendukung aktivitas operasionalnya. Tingkat *leverage* menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu membayar kewajiban dengan modal sendiri yang digunakan untuk membayar utang. *Leverage* yang lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih berhati-hati dalam menentukan tingkat utang, karena hal tersebut akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya [9].

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi nilai yaitu ukuran perusahaan. Menurut [9], ukuran perusahaan menggambarkan sejauh mana besar atau kecilnya suatu perusahaan, yang dapat diukur melalui total aset dan penjualan yang dimiliki. Perusahaan dengan total aset yang besar umumnya lebih matang, memiliki arus kas positif, serta prospek jangka panjang yang lebih baik. Kondisi ini dapat menarik minat investor dan meningkatkan nilai perusahaan [10]. Perusahaan besar cenderung memiliki stabilitas yang lebih baik serta kemampuan pengendalian terhadap kondisi pasar yang lebih stabil, sehingga dapat menghadapi persaingan ekonomi dengan lebih efektif [7].

Namun, temuan empiris mengenai pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap nilai perusahaan masih belum konsisten. [11] menemukan pengaruh positif signifikan profitabilitas dan *leverage*, sementara ukuran perusahaan tidak signifikan secara parsial. [12] menemukan hanya profitabilitas yang signifikan secara parsial. Di sisi lain, penelitian [13] pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di justru menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan; profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian terbaru oleh [14] menyimpulkan profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [14] dengan judul Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023 yang menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Keunikan atau inovasi dari penelitian ini terletak adanya perbedaan hasil empiris dengan penelitian sebelumnya yang menguji variabel yang sama dengan melakukan kombinasi beberapa variabel penelitian dalam penelitian ini menggunakan *cross section*.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan menguji hubungan kausal antara variabel independen (Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan) dan variabel dependen (Nilai Perusahaan). Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (a) Termasuk dalam sektor manufaktur periode 2024, (b) Mempublikasikan laporan keuangan tahunan tahun 2024, (c) Menggunakan mata uang Rupiah dalam laporan keuangan, dan (d) Memperoleh laba (profit) selama tahun 2024. Dari 228 perusahaan manufaktur, sebanyak 118 perusahaan memenuhi kriteria. Setelah proses *outlier*, sampel final yang dianalisis berjumlah 70 perusahaan.

Variabel penelitian diukur menggunakan indikator keuangan yang lazim. Profitabilitas diprosikan dengan *Return on Assets* (ROA), *leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), dan ukuran perusahaan menggunakan logaritma natural total aset (*Ln Total Assets*). Sementara itu, nilai perusahaan diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV). Data dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak EViews 10, setelah terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan keabsahan model.

Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial menggunakan uji t dan secara simultan dengan uji F. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada nilai perusahaan. Seluruh prosedur analisis ini diarahkan untuk menguji hubungan empiris antar variabel secara objektif dan terukur.

2.1. Tabel

Tabel 1 Deskriptif Statistik Minimum, Maksimum, Mean dan Standar Deviasi

	PBV	ROA	DER	SIZE
Mean	0.665490	0.043784	0.699209	28.33987
Maximum	0.570758	0.037158	0.495911	28.27902
Minimum	1.980983	0.136228	3.054129	32.93787
Std. Deviasi	0.007825	0.001756	0.039084	25.15190
N	70	70	70	70

Sumber : Data diperoleh dari hasil Eviews 10 (2025)

Analisis deskriptif berdasarkan tabel di atas terdapat penjelasan sebagai berikut : (a) Variabel Profitabilitas (ROA) dengan nilai minimum sebesar 0.136228 sedangkan nilai maksimum Profitabilitas (ROA) yaitu sebesar 0.037158. Nilai rata-rata (mean) pada variabel Profitabilitas (ROA) yaitu sebesar 0.043784 dan nilai standar deviasi pada variabel Profitabilitas (ROA) yaitu sebesar 0.001756. (b) Variabel *Leverage* (DER) dengan nilai minimum sebesar 3.054129 sedangkan nilai maksimum *Leverage* (DER) yaitu sebesar 0.495911. Nilai rata-rata (mean) pada variabel *Leverage* (DER) yaitu sebesar 0.699209 dan nilai standar deviasi pada variabel *Leverage* (DER) yaitu sebesar 0.039084. (c) Variabel Ukuran Perusahaan (*SIZE*) dengan nilai minimum sebesar 32.93787 sedangkan nilai maksimum Ukuran Perusahaan (*SIZE*) yaitu sebesar 28.27902. Nilai rata-rata (mean) pada variabel Ukuran Perusahaan (*SIZE*) yaitu sebesar 28.33987 dan nilai standar deviasi pada variabel Ukuran Perusahaan (*SIZE*) yaitu sebesar 25.15190. (d) Variabel Nilai Perusahaan (PBV) dengan nilai minimum sebesar 1.980983 sedangkan nilai maksimum Nilai Perusahaan (PBV) yaitu sebesar 0.570758. Nilai rata-rata (mean) pada variabel Nilai Perusahaan (PBV) yaitu sebesar 0.665490 dan nilai standar deviasi pada variabel Ukuran Nilai Perusahaan (PBV) yaitu sebesar 0.007825.

Tabel 2 Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Coefficient	Prob	R-squared
C	2.196997	0.0034	
ROA	4.662357	0.0014	0.207195
DER	0.189445	0.0188	
SIZE	-0.065918	0.0133	

Sumber : Data diperoleh dari hasil Eviews 10 (2025)

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa jika nilai konstanta 2.196997 artinya jika nilai variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan dianggap konstan atau sama dengan 0, maka profitabilitas perusahaan dalam ketepatan penyampaian laporan keuangan sebesar 2.196997. Koefisien regresi untuk variabel profitabilitas bernilai 4.66235657 yang berarti jika variabel lainnya tetap dan variabel profitabilitas mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka variabel ketepatan penyampaian laporan keuangan naik sebesar 4.66235657. Sebaliknya, jika nilai profitabilitas menurun satu satuan, maka nilai ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan menurun sebesar 4.66235657. Koefisien regresi *leverage* bernilai 0.189445 yang berarti jika variabel lainnya tetap dan variabel *leverage* mengalami peningkatan sebesar satu satuan berarti akan meningkatkan kemungkinan ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan sebesar 0.189445. Sebaliknya jika nilai *leverage* turun sebesar satu satuan, maka ketepatan penyampaian laporan keuangan menurun sebesar 0.189445. Koefisien regresi ukuran perusahaan bernilai -0.065918 yang berarti jika variabel lainnya tetap dan variabel

ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar satu satuan berarti akan meningkatkan kemungkinan ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan sebesar -0.065918. Sebaliknya, jika nilai ukuran perusahaan turun satu satuan, maka ketepatan penyampaian laporan keuangan menurun sebesar 0.065918.

Tabel 3 Uji t

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	2.196997	0.722190	3.042132	0.0034
ROA	4.662357	1.397666	3.335816	0.0014
DER	0.189445	0.078610	2.409936	0.0188
SIZE	-0.065918	0.025914	-2.543764	0.0133

Sumber : Data diperoleh dari hasil Eviews 10 (2025)

Berdasarkan tabel 3 di atas yaitu Hipotesis pertama profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan data menunjukkan t statistik untuk variabel ROA sebesar 3,335816 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,0014. Tingkat probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai signifikan yang sudah ditentukan yaitu 0,005. Hal ini berarti bahwa secara parsial ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama diterima yaitu profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hipotesis kedua *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan data menunjukkan t statistik untuk variabel DER sebesar 2,409936 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,0188. Tingkat probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai signifikan yang sudah ditentukan yaitu 0,005. Hal ini berarti bahwa secara parsial DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua ditolak, temuan ini bertentangan dengan hipotesis kedua (H2) yang menyatakan leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis kedua ditolak *leverage*. Hipotesis ketiga ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan data menunjukkan t statistik untuk variabel SIZE sebesar -2,543764 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,0133. Tingkat probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai signifikan yang sudah ditentukan yaitu 0,05. Hal ini berarti bahwa secara parsial SIZE berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga ditolak yaitu ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4 Uji F (Simultan)

F-statistik	5.749565
Prob (F-statistic)	0.001479

Sumber : Data diperoleh dari hasil Eviews 10 (2025)

Berdasarkan hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai *F-statistic* sebesar 5,749565 dengan nilai Prob (*F-statistic*) sebesar 0,001479 yaitu lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini variabel independen yaitu profitabilitas yang diprosikan dengan ROA, *leverage* yang diprosikan dengan DER, ukuran perusahaan yang diprosikan dengan SIZE secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

R-squared	0.207195
Adjusted R-squared	0.171158

Sumber : Data diperoleh dari hasil Eviews 10 (2025)

Berdasarkan Tabel 5, nilai Adjusted R² sebesar 0.1712. Hal ini mengindikasikan bahwa variasi dari Nilai Perusahaan (PBV) hanya dapat dijelaskan sebesar 17.12% oleh ketiga variabel independen dalam model penelitian ini, yaitu Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), dan Ukuran Perusahaan (SIZE). Sebanyak 82.88% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

3. Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar 3,335816 dan nilai probabilitas 0,0014 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,0014 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika profitabilitas perusahaan meningkat, yang terlihat dari ROA yang lebih besar, nilai perusahaan juga akan meningkat [15]. Teori keagenan menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen perusahaan). Dalam konteks ini, Profitabilitas yang tinggi, seperti yang diukur dengan ROA, dapat berfungsi sebagai cara untuk mengurangi konflik keagenan. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen telah mengelola aset perusahaan dengan baik dan efisien demi kepentingan pemegang saham. [16]. Dengan kata lain, profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa manajemen (agen) telah menjalankan tanggung jawabnya dengan cara yang sejalan dengan kepentingan prinsipal (pemegang saham). Hal ini dapat mengurangi biaya keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan ($t\text{-stat} = 2,410$; $p\text{-value} = 0,019 < 0,05$). Namun, temuan ini bertentangan dengan Hipotesis 2 (H2) yang menyatakan pengaruh negatif. Oleh karena itu, H2 ditolak; data justru mendukung adanya hubungan positif antara leverage dan nilai perusahaan. Pengaruh positif ini dapat dijelaskan melalui teori *Trade-Off*. Pada tingkat yang moderat dan terkendali, penggunaan utang dapat memberikan manfaat *tax shield* [17] dan mengisyaratkan kepercayaan manajemen terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas yang memadai untuk melunasi kewajibannya. Dalam konteks tekanan ekonomi tahun 2024, keputusan menggunakan utang mungkin dipersepsikan pasar sebagai langkah strategis untuk mempertahankan operasional atau membiayai peluang pertumbuhan, sehingga dinilai positif [18]. Temuan ini didukung oleh penelitian [19].

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *firm size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel diatas, hasil pengolahan data menunjukkan t statistik untuk variabel SIZE dengan nilai -2,543764 dengan tingkat probabilitas sebesar 0,0133, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,0133 < 0,05$). Hal ini berarti bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga ditolak yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai. Dari perspektif teori keagenan, hasil ini menjelaskan perusahaan berukuran besar cenderung memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks dan berpotensi meningkatkan masalah keagenan. Kompleksitas organisasi dapat menyebabkan asimetri informasi yang lebih tinggi antara manajemen dan pemegang saham, serta meningkatkan biaya pengawasan (*monitoring costs*). Biaya keagenan yang lebih tinggi pada perusahaan berukuran besar ini mungkin mengimbangi keuntungan dari skala ekonomi dan kemudahan akses ke sumber daya, sehingga secara keseluruhan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan menjadi tidak signifikan [20].

Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang telah dilakukan hasil pengolahan data menunjukkan uji F-statistik, diperoleh sebesar 5,749565 dengan nilai Prob (F-statistic) sebesar 0,001479 yaitu lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Prob (F-statistic) yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh satu faktor keuangan saja, melainkan merupakan hasil interaksi dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas), kebijakan pendanaan yang tercermin dari tingkat *leverage*, serta skala atau ukuran perusahaan. Dengan kata lain, keputusan manajerial terkait ketiga variabel tersebut secara simultan memiliki peran penting dalam meningkatkan persepsi investor terhadap perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimiliki. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dipersepsikan memiliki prospek yang baik, sehingga mampu meningkatkan minat investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. *Leverage* menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan dana yang bersumber dari utang untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Penggunaan *leverage* yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan karena adanya manfaat pajak (*tax shield*). Namun demikian, *leverage* yang terlalu tinggi juga meningkatkan risiko kebangkrutan. Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang biasanya diukur melalui total aset. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung

memiliki stabilitas operasional yang lebih baik, akses pendanaan yang lebih luas, serta tingkat kepercayaan investor yang lebih tinggi.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis serta hasil olah data yang telah peneliti lakukan, peneliti menyimpulkan : (1) Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2024. (2) *Leverage* yang diproksikan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2024. (3) Ukuran perusahaan yang diproksikan *SIZE* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2024. (4) Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2024. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan: (1) Penggunaan hanya tiga variabel keuangan internal sehingga model memiliki kekuatan penjas yang terbatas; (2) Sifat data *cross-sectional* tahun 2024 yang belum dapat menggambarkan dinamika dalam jangka panjang; (3) Fokus pada sektor manufaktur membatasi generalisasi temuan untuk sektor industri lain; dan (4) Pengukuran variabel yang spesifik (ROA, DER, SIZE, PBV) belum mengakomodasi proksi lain yang memungkinkan. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, manajemen disarankan untuk: (a) Mempertahankan dan meningkatkan efisiensi penggunaan aset guna memaksimalkan ROA; (b) Menjaga struktur modal yang optimal dengan memanfaatkan utang secara bijak untuk memperoleh manfaat *tax shield* tanpa meningkatkan risiko finansial yang berlebihan; (c) Perusahaan berukuran besar perlu meningkatkan transparansi dan efisiensi tata kelola untuk mengurangi persepsi negatif terkait kompleksitas dan biaya keagenan. Profitabilitas dan *leverage* dapat menjadi indikator penting dalam analisis fundamental untuk menilai saham manufaktur. Namun, investor juga perlu mempertimbangkan bahwa ukuran perusahaan yang besar tidak selalu mencerminkan nilai pasar yang tinggi. Pemahaman menyeluruh terhadap konteks industri dan faktor makroekonomi sangat diperlukan. Untuk mengembangkan penelitian ini, disarankan: (a) Menambahkan variabel lain, seperti kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, kepemilikan institusional, atau variabel makroekonomi (suku bunga, nilai tukar) untuk meningkatkan kekuatan penjas model; (b) Memperluas periode penelitian menjadi beberapa tahun dengan menggunakan analisis data panel untuk melihat stabilitas hubungan antar variabel dari waktu ke waktu; (c) Melakukan penelitian komparatif pada sektor industri lain untuk menguji generalisasi temuan; dan (d) Mengeksplorasi variabel moderasi atau mediasi, seperti *growth opportunity* yang dapat mempengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan

Referensi

- [1] M. S. Osesoga and Vanessa M., (2021) "Analisa Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi," *JAK (Jurnal Akuntansi Kaji. Ilm. Akunt.)*, vol. 8(2), pp. 199–212, 2021, doi: <https://doi.org/10.30656/jak.v8i2.2524>.
- [2] Herlina Novita, Ruth Samosir, Rutmia, Kristina Sarumaha, and Eliza Saragih, (2022) "PENGARUH HARGA SAHAM, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR TERDAFTAR BEI 2018-2020," *J. Stud. Akunt. dan Keuang.*, vol. 5, no. 1, pp. 77–86, 2022.
- [3] M. Jihadi, E. Vilantika, S. M. Hashemi, Z. Arifin, Y. Bachtiar, and F. Sholichah, (2021) "The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 8, no. 3, pp. 423–431, 2021, doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0423.
- [4] Lidia Putri Diana Lase, Telaumbanua Aferiaman, and Agnes Renostini Harefa, (2022) "Analisis Kinerja Keuangan Dengan Pendekatan Rasio Profitabilitas," *J. Akuntansi, Manajemen, dan Ekon.*, vol. 1, no. 2, pp. 254–260, 2022.
- [5] L. Limiao and R. Lestari, (2022) "Performance Improvement Through Motivation: Commitment Parallel Mediation Model," *Oikonomia J. Manaj.*, vol. 18, no. 2, p. 127, 2022, doi: 10.47313/oikonomia.v18i2.1792.
- [6] Maharesi Satrio Nugrohojati Hidayatul Aziz and Listyorini Wahyu Widati, (2023) "Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 7, no. 1, p. 171, 2023, doi: 10.52362/jisamar.v7i1.1031.
- [7] S. Komariah and A. D. Sabrina, (2022) "Analisis profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap initial return pada perusahaan IPO di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021," *Fair Value J. Ilm. Akunt. dan Keuang.*, vol. 5, no. 4, pp. 1893–1900, 2022, doi: 10.32670/fairvalue.v5i4.2592.
- [8] Candra Kurnia Saputri and Axel Giovanni, (2021) "Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan," *Competence J. Manag. Stud.*, vol. Vol 15, No. no. 1, pp. 1–19, 2021.
- [9] E. Putri Nur Fitri and T. Haryati, (2022) "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan," *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. Bisnis Syariah*, vol. 4, no. 6, pp. 1926–1941, 2022, doi: 10.47467/alkharaj.v4i6.1433.
- [10] D. Adhyasta and S. Sudarsi, (2023) "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI," *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 7, no. 1, p. 520, 2023, doi: 10.33087/ekonomis.v7i1.866.
- [11] M. Putri and R. Gantino, (2023) "Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Mutiara Multidisciplinary Sci.*, vol. 1, no. 6, pp. 262–274, 2023, doi: 10.57185/mutiara.v1i6.35.
- [12] Hadijah Febriana and Vega Anismadiyah, "Liquidity, Profitability, Firm Size and Leverage on Company Value," *IJESS Int. J. Educ. Soc. Sci.*, vol. 5, no. 1, pp. 124–133, 2024, doi: 10.56371/ijess.v5i1.262.
- [13] Aqilla Pradanimas and Agus Sucipto, (2022) "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Harga Saham

- dengan Nilai Perusahaan sebagai Variabel Intervening,” vol. 7, no. 1, pp. 93–104, 2022, doi: <http://dx.doi.org/10.28926/briliant.v7i1.788>.
- [14] S. Kornelis, S. Suyanto, and K. C. Kirana, (2025) “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Literasi Akunt.*, vol. 5, no. 1, pp. 12–26, 2025, doi: 10.55587/jla.v5i1.140.
- [15] N. A. Kasman and E. S. Utami, (2023) “Pengaruh ROE, ROA, NPM Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Textil Dan Garmen,” *Akuisisi J. Akunt.*, vol. 19(2), pp. 217–226, 2023.
- [16] M. N. Salim, S. Sudjono, and S. Suratno, (2022) “Determinants of Financial Performance and Their Impact on Firm Value in the Building Construction Industry Sub-Sector,” *Int. J. Islam. Bus. Manag. Rev.*, vol. 2, no. 2, pp. 202–216, 2022, doi: 10.54099/ijibmr.v2i2.387.
- [17] F. Modigliani and M. H. Miller, (1963) “Corporate Income Taxes and the Cost of Capital: A Correction,” *Am. Econ. Rev.*, vol. 53(3), pp. 433–443, 1963.
- [18] D. P. Oktasari, R. Lestari, and N. Nurjaya, (2021) “The Effect of Capital Structure, Liquidity, and Firm Size on Firm Value,” *he Int. J. Bus. Manag.* 9(5), 2021.
- [19] I. N. A. Suwardika and I. K. Mustanda, (2017) “Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti,” vol. 6, no. 3, pp. 1248–1277, 2017.
- [20] Tiara Poetri Ajeng Ariyanto and Wiwi Idawati, (2023) “Pengaruh Kompleksitas Perusahaan dan Risiko Perusahaan terhadap Biaya Audit,” *J. Accounting, Manag. Islam. Econ.*, vol. 1, no. 2, pp. 513–530, 2023.