

Pengaruh Keputusan Investasi, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015 - 2019)

Ani Susanti¹

Hepi Nirmala Putri²

M. Rifki Bakhtiar³

Puji Setya Sunarka⁴

K. Emi Trimiati⁵

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas AKI

Abstract

The purpose of this research is to analyze and test empirically the effect of investment decisions, profitability, capital structure and firm size on firm value. This research was conducted at manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in the 2015-2019 period.

The population in this study were all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the period 2015-2019, totaling 182 companies. The method used in sampling is purposive sampling method. Based on the criteria that has been chosen, a sample of 30 companies was obtained. In order to pass the normality test, some of the outlier data were removed so that 12 sample companies were obtained. This study uses multiple linear regression as an analysis tool. Data analysis was performed using SPSS version 20 software.

Based on the results of hypothesis testing, it can be concluded that simultaneously investment decisions, profitability, capital structure, and company size have a positive and significant effect on firm value. Partial test of the four proposed hypotheses shows that investment decisions have a positive and significant effect on firm value, profitability has a positive and significant effect on firm value, capital structure has a positive and significant effect on firm value, and firm size has a positive and significant effect on firm value.

Keywords : Firm Value, Investment Decision, Profitability, Capital Structure, Firm Size.

Corresponding author : Penulis Pertama

Email address : 122170013@unaki.ac.id

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang memiliki tujuan tertentu dalam pendiriannya. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan yang ditunjukkan dari peningkatan nilai perusahaan dan tercermin dari harga sahamnya (Hamzah Ahmad *et al.*, 2018). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan pemilik perusahaan, karena nilai yang tinggi mencerminkan bahwa kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran secara optimal bagi pemegang saham. Harga saham adalah harga yang terjadi pada saat saham tersebut diperdagangkan di pasar. Nilai perusahaan adalah penilaian investor terhadap keberhasilan perusahaan yang tercermin dari

harga saham perusahaan (Dhani dan Utama, 2017). Semakin tinggi harga saham menunjukkan semakin tingginya kemakmuran pemegang saham yang nantinya akan berdampak pada meningkatnya nilai suatu perusahaan.

Nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham dapat dihitung menggunakan *Price Book Value* (PBV) (Harmono, 2017). Brigham dan Houston (2011) menyatakan bahwa PBV merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat diketahui bahwa harga saham perusahaan lebih tinggi atau lebih dari nilai bukunya. Perusahaan yang dikelola dengan baik biasanya memiliki *Priceto Book Ratio* (PBV) lebih dari 1 (satu) (Sari, 2013). Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai saham perusahaan lebih besar dari nilai buku perusahaan. Semakin besar rasio PBV, maka semakin tinggi nilai perusahaan, sehingga membuat investor tertarik untuk menanamkan dananya pada perusahaan.

Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal memiliki sifat *controllable* artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kinerja perusahaan dan keputusan keuangan. Faktor eksternal memiliki sifat *uncontrollable* artinya tidak dapat dikendalikan perusahaan, seperti tingkat suku bunga. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dari perusahaan dimana faktor-faktor ini sering digunakan oleh investor dalam menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Faktor-faktor tersebut diantaranya keputusan investasi, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah keputusan investasi. Keputusan investasi menyangkut keputusan mengenai penentuan pengalokasian dana dalam bentuk investasi dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba dimasa yang akan datang (Faridah dan Kurnia, 2016). Keputusan melakukan investasi merupakan keputusan yang sulit bagi pihak manajemen karena hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Vranakis and Prodromos, 2012). Apabila perusahaan dapat menciptakan keputusan investasi yang tepat maka perusahaan akan menghasilkan kinerja yang terbaik, sehingga memberikan sinyal positif kepada investor yang selanjutnya akan meningkatkan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan (Prasetyo, 2011). Sinyal ini dianggap sebagai kabar baik yang selanjutnya akan mempengaruhi persepsi investor terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya mempengaruhi nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa belum ada hasil yang konsisten. Menurut Noviandry Noer Effendy dan Nur Handayani (2020), keputusan investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan kenaikan investasi dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan investasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Masri Erma Wijaya (2014) juga menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi jumlah investasi perusahaan akan mengakibatkan laba perusahaan meningkat. Dengan meningkatnya laba, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi menurut Fitri Amaliyah dan Eliada Herwiyanti (2020), keputusan investasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak memandang keputusan investasi untuk menjadi acuan dalam berinvestasi.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Salah satu faktor dalam menentukan baik buruknya dari sebuah nilai perusahaan adalah dengan melihat profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba (Kasmir, 2011). Laba didapat dari hasil penjualan dan keputusan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu indikator penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan adalah dengan melihat sejauh mana perusahaan dapat memberikan keuntungan atau laba bagi investor (Herawati, 2013). Hal ini dikarenakan tujuan investor menanamkan modal

(berinvestasi) pada sebuah perusahaan adalah bagaimana perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi investor.

Beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa belum ada hasil yang konsisten. Menurut M. Wahyu Hidayat dan Triyonowati (2020) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi investor dalam menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi sehat dan memiliki kemampuan dalam memperoleh laba yang tinggi, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Apabila semakin tinggi minat investor untuk berinvestasi maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) juga menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa ketika profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Tetapi menurut Rara Sukma Palupi dan Susanto Hendiarto (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi persepsi publik untuk tetap mempercayai perusahaan tersebut karena meskipun profit dari perusahaan tersebut terus mengalami penurunan tetapi tidak ada perusahaan di dalam perusahaan tersebut yang mengalami kebangkrutan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah struktur modal. Struktur modal merupakan perbandingan dalam menentukan terpenuhinya kebutuhan belanja perusahaan, yaitu melalui penggunaan hutang, ekuitas atau penerbitan saham (Brigham dan Houston, 2010). Struktur modal merupakan masalah penting bagi perusahaan, karena kualitas struktur modal akan secara langsung mempengaruhi posisi finansial perusahaan yang pada akhirnya mempengaruhi nilai perusahaan (Susanto, 2016). Dengan struktur modal yang tepat, maka tujuan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat tercapai. Beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa belum ada hasil yang konsisten. Menurut I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) struktur modal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa struktur modal yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Fajar Maulana Nur Amin, Afifudin, dan Junaidi (2019) juga menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio struktur modal maka nilai perusahaan akan meningkat. Tetapi menurut Rakha Magistra Sumarno, Enni Savitri, dan Devi Safitri (2020) menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi atau perbandingan pendanaan yang digunakan perusahaan tidak menjadi acuan, tetapi dilihat bagaimana perusahaan tersebut menggunakan dana yang ada untuk menciptakan laba yang tinggi sehingga menarik minat para investor untuk berinvestasi.

Faktor ke empat yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran perusahaan yang menunjukkan keberhasilan perusahaan yang tercermin dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Sudiarta, 2016). Semakin besar total aset, maka semakin besar juga ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan diyakini dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar perusahaan maka semakin mudah perusahaan mendapatkan sumber pendanaan, baik sumber pendanaan yang bersifat internal maupun sumber pendanaan yang bersifat eksternal (Noviliyan, 2016).

Beberapa penelitian terdahulu yang menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan belum ada hasil yang konsisten. Menurut I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan maka

semakin besar pula nilai suatu perusahaan. Fajar Maulana Nur Amin, Afifudin, dan Junaidi (2019) juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan salah satu indikasi mengukur kinerja suatu perusahaan. Tetapi menurut Fitri Amaliyah dan Eliada Herwiyanti (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan semakin besar tidak serta merta dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar dapat menjadi indikasi bahwa perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga pasar akan mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut.

Dari latar belakang penulisan yang telah dijelaskan di atas, maka perlu dilakukan pengujian dari keempat variabel independen (keputusan investasi, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Dari penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan atas hasil penelitian yang telah dilakukan para peneliti atas beberapa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dari hasil penelitian yang dijelaskan pada latar belakang, menunjukkan adanya ketidakpastian mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang menjadi variabel dalam penelitian ini. Hal ini menjadi hal yang menarik bagi penulis dalam melakukan penelitian atas variabel-variabel independen tersebut di atas. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
3. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019?

Dalam penelitian ini, terdapat tujuan atau fokus utama. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
2. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
3. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019
4. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

LITERATUR

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori ini dikemukakan oleh Jensen dan William H. Meckling pada tahun 1976. Jensen dan William H. Meckling pada tahun 1976 menjelaskan bahwa teori keagenan (*agency theory*) adalah hubungan antara *principal* (pemilik saham) dan *agent* (manajemen perusahaan), dimana hubungan agensi muncul ketika *principal* mempekerjakan *agent* untuk memberi suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan terkait perusahaan kepada *agent* tersebut.

Pihak *agent* akan dikontrak oleh pihak *principal* untuk mengelola perusahaan yang dimiliki oleh *principal*. Semua tindakan yang dilakukan oleh *agent* harus bertujuan untuk menguntungkan *principal*. Sebagai *agent*, *agent* bertanggung jawab untuk memaksimalkan keuntungan para pemegang saham. *Agent* yang terpilih harus melaksanakan tugas dan kewajiban yang telah menjadi tanggungjawabnya dengan keahliannya yang dimiliki (Yuniati *et al.*, 2016).

Posisi *principal* sebagai pemilik saham memiliki akses untuk mengetahui informasi perusahaan namun *agent* sebagai pengelola perusahaan mengetahui banyak informasi yang tidak diketahui oleh *principal*. *Principal* tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai kinerja *agent*, sedangkan *agent* banyak mempunyai informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja, dan informasi internal perusahaan secara keseluruhan (Fricilia & Lukman, 2015). Hal ini menyebabkan ketidakseimbangan karena *agent* mengetahui lebih banyak informasi dibandingkan dengan *principal*. Permasalahan agensi (*agency problem*) adalah permasalahan yang timbul akibat manajemen mengambil keputusan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan (Ismiyati dan Hanafi, 2004). Masalah yang sering dialami dalam teori ini adalah perbedaan kepentingan oleh *principal* dan *agent* menimbulkan perbedaan pendapat dalam pengambilan keputusan demi kepentingan masing-masing. Hal ini menyebabkan sulitnya mempercayai keputusan yang diambil oleh *agent* karena *agent* berkemungkinan mengambil keputusan untuk kepentingannya sendiri. Adanya konflik dapat diminimalisir dengan menggunakan mekanisme pengawasan dengan cara memonitor perilaku manajer dan pada akhirnya berdampak pada kinerja dan nilai perusahaan (Sulistianingsih & Yuniati, 2016). Maka dari itu, *principal* bertugas untuk mengawasi dan mengevaluasi keputusan *agent* agar tetap terfokus untuk kepentingan *principal*. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah ini adalah dengan meningkatkan jumlah kepemilikan saham *agent* di perusahaan. Dengan begitu, *agent* akan merasakan dirinya sebagai pemilik perusahaan dan akan memaksimalkan kesejahteraan para *principal*.

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Menurut Bringham dan Houston (2014), teori sinyal merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan. Perusahaan yang prospeknya bagus akan menghindari pendanaan dari penerbitan saham dan akan berusaha untuk mendapatkan pendanaan dari sumber lain seperti hutang karena dengan menggunakan hutang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang, sedangkan dengan menerbitkan saham lebih dari biasanya berarti mengisyaratkan kepada investor buruknya prospek perusahaan.

Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan baik pihak internal maupun eksternal, terlebih para investor yang akan melakukan investasi. Perusahaan ingin memberikan informasi mengenai perusahaan karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal, karena perusahaan lebih mengetahui mengenai perusahaan dan prospek masa depannya daripada pihak eksternal. Menurut Bringham dan Houston (2011), asimetri informasi merupakan kondisi dimana ada ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi memiliki informasi yang berbeda (yang lebih baik) mengenai prospek perusahaan daripada pihak eksternal perusahaan, seperti investor atau pemegang saham. Ketika manajemen tidak sepenuhnya menyampaikan semua informasi yang diperoleh, maka akan terjadi asimetri informasi yang akan mempengaruhi nilai perusahaan yang tercermin dari perubahan harga saham, karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan meminimalisir terjadinya asimetri informasi dalam perusahaan. Asimetri informasi dapat diminimalisir dengan cara memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan seperti informasi tentang kondisi keuangan perusahaan yang terpercaya (Alfinur, 2016). Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan cara memberikan sinyal kepada pihak-pihak eksternal perusahaan dalam bentuk informasi keuangan yang terpercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian

mengenai keadaan perusahaan dan prospek perusahaandi masa yang akan datang (Fenny Alvita Pirstina dan Khairunnisa, 2019).

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelintina terdahulu yang pernah dilakukan oleh Noviandry Noer Effendy dan Nur Handayani (2020) menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan investasi dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan investasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal yang sama ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Felly Sintinia Clementin dan Maswar Patuh Priaydi (2016) yang menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niali perusahaan. Artinya besar kecilnya rasio keputusan investasi memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan rasio keputusan investasi yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dalam keadaan yang sehat serta memiliki pertumbuhan yang baik, jadi apabila rasio keputusan investasi semakin tinggi maka akan membuat nilai perusahaan naik dihadapan para investor. Keputusan investasiyang tepat dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang optimal. Kinerja perusahaan yang optimal akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal senada ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Masri Erma Wijaya (2014) juga menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi jumlah investasi perusahaan akan mengakibatkan laba perusahaan meningkat. Dengan meningkatnya laba, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah :

H1 : Keputusan Investasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M. Wahyu Hidayat dan Triyonowati (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi investor dalam menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi sehat dan memiliki kemampuan dalam memperoleh laba yang tinggi, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Apabila semakin tinggi minat investor untuk berinvestasi maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Hal yang sama ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal yang sama juga ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niali perusahaan. Artinya semakin tinggi efektifitas sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hal senada ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Felly Sintinia Clementin dan Maswar Patuh Priaydi (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Besar kecilnya rasio profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan laba yang tinggi menunjukkan bahwa prospek perusahaan dimasa depan baik serta akan dianggap investor sebagai jaminan untuk mendapatkan *return* atas saham yang dimiliki, sehingga hal tersebut menarik investor untuk meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan. Hal senada juga ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Jasmine Putri Dewi dan Esti Damayanti (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar pula nilai

suatu perusahaan. Halsenada kembali ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Eka Putri Ismi Novita Deli dan Kurnia (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Hal yang sama ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, dan Gede Putu Agus Jana Susila (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya apabila variabel profitabilitas meningkat dengan pengelolaan yang baik maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah :

H2 : Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fajar Maulana Nur Amin, Afifudin, dan Junaidi (2019) menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio struktur modal maka nilai perusahaan akan meningkat. Hal yang sama ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Eka Putri Ismi Novita Deli dan Kurnia (2017) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya struktur modal yang optimal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal yang sama juga ditunjukkan dalam penelitian oleh Jasmine Putri Dewi dan Esti Damayanti (2019) yang menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa struktur modal yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal senada dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019), yang menunjukkan bahwa struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa struktur modal yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah :

H3 : Struktur Modal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, dan Gede Putu Agus Jana Susila (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya apabila variabel ukuran perusahaan meningkat maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal senada dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula nilai suatu perusahaan. Hal senada juga ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula nilai perusahaan tersebut. Hal yang sama ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Jasmine Putri Dewi dan Esti Damayanti (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak investor yang menaruh investasinya di perusahaan tersebut dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah :

H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian pengujian hipotesis. Indrianto dan Bambang Supomo (1999) menyatakan bahwa penelitian pengujian hipotesis adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya serta arah hubungan itu terjadi.

Definisi Operasional

Menurut Chourmain (2008), definisi operasional adalah adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Adapun definisi operasional masing-masing variabel penelitian ini tercantum pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Rumus	Referensi
1	Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$	Sugiyono(2013)
2	Keputusan Investasi	$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share}}$	Sugiyono(2013)
3	Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Meidiawati(2016)
4	Struktur Modal	$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$	RufaidahP. (2014)
5	Ukuran Perusahaan	$Firm Size = LN (Total Asset)$	Rodoni & Ali (2014)

Sumber : berbagai jurnal

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Nining Martiningtyas (2011), populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2019 yaitu sebanyak 182 perusahaan manufaktur, diantaranya adalah sektor industri barang konsumsi sebanyak 54 perusahaan, sektor industri dasar dan kimia sebanyak 78 perusahaan, dan sektor aneka industri sebanyak 50 perusahaan.

Sampel

Menurut Nining Martiningtyas (2011), sampel adalah bagian dari populasi. Sugiyono (2009), juga menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling (judgmental sampling)*. *Purposive sampling (judgmental sampling)* merupakan suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek (sampel) dengan berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2009). Adapun kriteria sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2019.
2. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang melaporkan

laporan keuangan berturut-turut selama periode 2015-2019.

3. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang melaporkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
4. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memperoleh laba selama periode 2015-2019.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah suatu cara yang digunakan dalam mengambil sampel yang benar-benar dapat mewakili seluruh populasi. Terdapat dua teknik yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengambil sampel yaitu teknik sampling secara *probability* dan *non probability*. Teknik *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memberikan peluang atau kesempatan terhadap seluruh populasi yang menjadi sampel (Sugiyono, 2009). Sedangkan, teknik *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan terhadap seluruh populasi yang menjadi sampel (Sugiyono, 2009).

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling (judgmental sampling)*. *Purposive sampling (judgmental sampling)* merupakan suatu cara pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek (sampel) dengan berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2009). Adapun proses seleksi sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan ditunjukkan pada tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 2
Proses Seleksi Sampel Berdasarkan Kriteria

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2019.	182
2	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang melaporkan laporan keuangan berturut-turut selama periode 2015-2019.	73
3	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang melaporkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.	54
4	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memperoleh laba (profit) selama periode 2015-2019.	30

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model persamaan regresi yang baik adalah yang dapat memenuhi persyaratan asumsi klasik. Analisis sebelumnya membuktikan bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik, sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memenuhi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y : Nilai perusahaan
- a : Konstanta
- b1,b2,b3,b4 : Koefisien
- X1 : Keputusan investasi
- X2 : Profitabilitas
- X3 : Struktur Modal
- X4 : Ukuran Perusahaan
- e : *error*

Adapun hasil dari analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 3berikut ini :

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-6.738	1.412		-4.771	.000
KEPUTUSAN_INVESTASI	.109	.009	.610	12.468	.000
1 PROFITABILITAS	.229	.020	.597	11.652	.000
STRUKTUR_MODAL	.707	.280	.122	2.526	.014
UKURAN_PERUSAHAAN	.161	.052	.162	3.117	.003

Berdasarkan tabel 3 diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier yang mencerminkan hubungan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = -6,738 + 0,109 X_1 + 0,229 X_2 + 0,707 X_3 + 0,161 X_4 + e$$

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Dilihat dari hasil perhitungan diatas diperoleh nilai t untuk variabel keputusan investasi (X1) sebesar 12,468 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, artinya keputusan investasi memiliki nilai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaaa dan mempunyai pengaruh yang signifikan karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil ini menerimaH1, artinya keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Noviadry Noer Effendy dan Nur Handayani (2020), Felly Sintinia Clementin danMaswar Patuh Priaydi (2016), dan Masri Erma Wijaya (2014) yang menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi rasio keputusan investasi, maka nilai perusahaan akanmeningkat. Keberhasilan yang dicapai perusahaan dalam menetapkan kegiatan investasi memberikan dampak berupa meningkatnya nilai perusahaan. Dalam *signaling teory* menjelaskan bahwa pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Semakin besar investasi yang ditanamkan perusahaan, maka akan semakin tinggi keuntungan atau laba yang didapat perusahaan. Hal ini akan mendorong tingginya investor menanamkan modalnya diperusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Dilihat dari hasil perhitungan diatas diperoleh nilai t untuk variabel profitabilitas (X2) sebesar 11,652 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, artinya profitabilitas memiliki nilai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dan mempunyai pengaruh yang signifikan karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil ini menerima H2, artinya profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh M. Wahyu Hidayat dan Triyonowati (2020), I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan NiPutu Ayu Darmayanti (2020), I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016), Felly Sintinia Clementin dan Maswar Patuh Priaydi (2016), Jasmine Putri Dewi dan Esti Damayanti (2019), Eka Putri Ismi Novita Deli dan Kurnia (2017), dan Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, dan Gede Putu Agus Jana Susila (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi rasio profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Rasio profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan memiliki kemampuan dalam memperoleh laba yang tinggi, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Apabila semakin tinggi minat investor untuk berinvestasi maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Dilihat dari hasil perhitungan diatas diperoleh nilai t untuk variabel struktur modal (X3) sebesar 2,526 dengan nilai signifikansi sebesar 0,014, artinya struktur modal memiliki nilai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dan mempunyai pengaruh yang signifikan karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil ini menerima H3, artinya struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fajar Maulana Nur Amin, Afifudin, dan Junaidi (2019), Eka Putri Ismi Novita Delidan Kurnia (2017), Jasmine Putri Dewi dan Esti Damayanti (2019), dan I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi rasio struktur modal maka nilai perusahaan akan meningkat. Dalam *signalling theory*, perusahaan memberikan sinyal kepada investor dengan meningkatkan hutangnya, karena perusahaan tersebut yakin akan prospek perusahaan dimasa akan datang dan diharapkan investor menangkap sinyal tersebut (Putri, Elva, dan Farida, 2018). Manajer dapat menggunakan hutang sebagai sinyal yang lebih terpercaya untuk para investor. Hal ini karena perusahaan yang meningkatkan hutang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Jadi penggunaan hutang merupakan tanda atau sinyal positif dari perusahaan yang dapat membuat para investor menghargai nilai saham lebih besar dari pada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan, sehingga PBV (*Price Book Value*) perusahaan tinggi dan nilai perusahaan pun tinggi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dilihat dari hasil perhitungan diatas diperoleh nilai t untuk variabel ukuran perusahaan (X4) sebesar 3,117 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003, artinya ukuran perusahaan memiliki nilai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dan mempunyai pengaruh yang signifikan karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil ini menerima H4, artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, dan Gede Putu Agus Jana Susila (2019), I Gusti Ayu Diah Novita Yanti

dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019), I Gusti NgurahGede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016), Jasmine Putri Dewi dan Esti Damayanti (2019), dan Fajar Maulana Nur Amin, Afifudin, dan Junaidi (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula nilai perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan mencerminkan kekayaan perusahaan yang dapat dilihat dari total aset. Semakin besar total aset, maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Jika ukuran suatu perusahaan semakin besar maka akan semakin banyak investor yang menaruh investasinya di perusahaan tersebut dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan ukuran perusahaan akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel 4

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.941 ^a	.885	.877	.56387

Sumber : Data sekunder yang diolah SPSS 20,2020

Dari tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R²) sebesar 0,885 atau 88,5%. Hal ini berarti bahwa 88,5% nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel keputusan investasi, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya (100% - 88,5% = 11,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti likuiditas dan kebijakan deviden.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data yang telah dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil hipotesis menunjukkan :
 - a. Keputusan investasi memiliki nilai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai 12,468 dan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
 - b. Profitabilitas memiliki nilai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai 11,652 dan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
 - c. Struktur modal memiliki nilai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai 2,526 dan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikansinya sebesar 0,014 lebih kecil dari 0,05. Artinya struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

terhadap nilai perusahaana

- d. Ukuran perusahaan memiliki nilai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai 3,117 dan memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikansinya sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Berdasarkan hasil regresi linier diperoleh nilai koefisien regresi untuk keputusan investasi (X1) sebesar 0,109, untuk profitabilitas (X2) sebesar 0,229, untuk struktur modal (X3) sebesar 0,707, dan untuk ukuran perusahaan (X4) sebesar 0,161.
3. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,885 atau 88,5%. Hal ini berarti bahwa 88,5% nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel keputusan investasi, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya ($100\% - 88,5\% = 11,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti likuiditas dan kebijakan deviden.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan seperti :

1. Penelitian ini hanya mengambil 12 perusahaan manufaktur yang dijadikan sebagai sampel penelitian.
2. Periode pengamatan dalam penelitian ini hanya 5 (lima) tahun pengamatan yaitu periode 2015-2019.
3. Variabel yang dipakai dalam penelitian ini hanya terdiri atas 4 (lima) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat.
4. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,885. Hal ini berarti bahwa 88,5% nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel keputusan investasi, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya ($100\% - 88,5\% = 11,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini seperti likuiditas dan kebijakan deviden.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Struktur modal merupakan masalah yang penting bagi suatu perusahaan, sebab kualitas struktur modal akan berpengaruh langsung terhadap posisi keuangan perusahaan yang pada akhirnya akan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini variabel struktur modal memiliki pengaruh yang rendah dibandingkan dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, hendaknya perusahaan memperhatikan struktur modal karena penentuan struktur modal dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan struktur modal yang tepat, tujuan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat tercapai.
2. Bagi Investor
Sebelum menanamkan modalnya, investor perlu memperhatikan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan. Nilai perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu mensejahterakan para pemegang sahamnya. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran secara optimal bagi pemegang saham. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, semakin tinggi kesejahteraan pemegang sahamnya. Investor perlu mengetahui hal tersebut agar risiko dari penanaman modal yang dilakukannya dapat diminimalisir karena pada umumnya investor lebih suka menginvestasikan dananya pada perusahaan yang memilikirisiko kerugian kecil dan dapat memberikan keuntungan secara

maksimal. Untuk dapat melihat nilai perusahaan yang baik maka investor perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti keputusan investasi, profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan dari perusahaan tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk menambahkan periode pengamatan yakni lebih dari 5 (lima) tahun pengamatan untuk melihat konsistensi pengaruh variabel-variabel yang telah dilakukan peneliti sebelumnya terhadap nilai perusahaan. Peneliti juga menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menambah variabel independen lain yang diteliti seperti likuiditas dan kebijakan deviden. Selain itu, peneliti juga menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan sampel perusahaan pada sektor selain perusahaan manufaktur.

REFERENCES

- Anggraeni, F. S. (2020). Kinerja keuangan rumah sakit syariah: pendekatan Maqashid Syariah Concordance (MSC). *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(2), 104-115.
- Asmanto, Mochamad Rizal dan Andayani. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Growth Opportunity, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.9, No.3, Maret 2020.
- Astakoni, I Made Purba dan I Wayan Wardita. (2020). Keputusan Investasi, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, Vol.19, No.1, 2020: pp. 10-23.
- Ayem, Sri dan Ragil Nugroho. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, Vol.4, No.1, Juni 2016.
- Bahtiar, M. R. (2020). Volatility Forecasts Jakarta Composite Index (JCI) and Index Stock Volatility Sector with Estimated Time Series. *Indonesian Capital Market Review*, 12-27.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2019). Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan Sebagai Pemicu Minat Beli Customer Online Shop Elevenia. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2), 203-218.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2020). The Factors of Tourist Satisfaction Enhancement in Double-Decker Tour Bus. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1), 82-93.
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2020). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156-167.
- Chourmain, Imam. (2008). *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. <https://sdoriza.wordpress.com/2010/04/02/definisi-konseptual-variabel-definisi-operasional-variabel/>. (Diakses tanggal 3 Oktober 2018)
- Clementin, Felly Sintinia. (2016). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.5, No.4, April 2016.
- Dede H., Mohamad BHH., dan Dara M. (2019). Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodemica*, Vol.3, No.1, April 2019.
- Dedi BS., Budi S., dan Abdullah M. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, Kebijakan Deviden, dan Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan. *Permana*, Vol.VIII, No.2, Februari 2017.

-
- Deli, Eka Putri Ismi Novita dan Kurnia. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Growth Opportunity Dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.6, No.7, Juli 2017.
- Dewi, A.A Ayu Kemara dan Ida Bagus Badjra. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Aktiva Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Uhud*, Vol.6, No.4, 2017.
- Dewi, Jasmine Putri dan Esti Damayanti. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, Vol.6, No.3, September-Desember 2019.
- Efendi, M. Firman dan Farida Idayati. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.9, No.1, Januari 2020.
- Effendy, Noviandry Noer dan Nur Handayani. (2020). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.9, No.3, Maret 2020.
- Fajar MNA., Afifudin., dan Junaidi. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-JRA*, Vol.8, No.5, Agustus 2019.
- Febrinita, Isfa Rizki Nur. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, Vol.2, No.2, Juli-Desember 2019.
- Hidayat, M. Wahyu dan Triyonowati. (2020). Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmudan Riset Akuntansi*, Vol.9, No.3, Maret 2020.
- I Ketut S., I Dewa ME., dan I Putu EA. (2020). Pekaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, Vol.2, No.2, Juli 2020.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. (1999). Edisi Petama. Metodologi Penelitian dan Bisnis. BPFE. Yogyakarta.
- Ismail, H. A., & Kartika, E. (2019). Peran Kemaritiman Indonesia di Mata Dunia. *Jurnal Sains dan Teknologi Maritim*, 20(1), 83-89.
- Ismail, H. A., Trimiati, E., & Prihati, Y. (2020). Membangun model konseptual faktor sinergitas perilaku konsumen dalam konteks pembelian impulsive secara online. *Al Tijarah*, 6(3), 10-20.
- Jayanti, Fitri Dewi. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bingkai Ekonomi(JBE)*, Vol.3, No.2, Agustus 2018, pp: 34-55.
- Kartika, E., Sunarka, P. S., & Bakhtiar, M. R. (2021). Faktor-Faktor Pengendali Keputusan Pembelian di Marketplace Era Pandemi Covid-19. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 377-389.
- Katti, Siti Wardani Bakri. (2020). Pengaruh Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, Vol.9, No.1, Maret 2020.
- Koriah, Siti Nurul. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Kebijakan Deviden terhadap

Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi*.
Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI

- Kotambunan, Rifkha. (2019). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Free Cash Flow, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Deviden. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI
- Lasmita R., Valencia A., dan Yunus P. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Utang terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vol 3, (1), 2019, Hal. 77-90.
- Martiningtyas, Nining. (2011). Teori, Soal dan Pembahasan Statistika. Prestasi Pustaka. Jakarta.
- Mayangsari, Rima. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.6, No.4, 2018.
- Merina S., Paula VR., dan Victoria NU. (2019). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal EMBA*, Vol.7, No.3, Juli 2019.
- Mutmainnah., Zarah P., dan Yeni P. (2019). Pengaruh Kebijakan Deviden, Keputusan Investasi, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Buletin Studi Ekonomi*, Vol.24, No.1, Februari 2019.
- Ni LSD., Wayan C., dan Gede PAJS. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Prospek*, Vol.1, No.2, Desember 2019.
- Novembriyono, Andreas Eko. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance, Kebijakan Keuangan, dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas AKI. Semarang.
- Oktaviano dan Henryanto Wijaya. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, Vol.2, April 2020, Hal. 826-835.
- Palupi, Rara Sukma dan Susanto Hendriarto. (2018). Kebijakan Hutang, Profitabilitas, dan Kebijakan Deviden pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodemica*, Vol.2, No.2, September 2018.
- Prastuti, Ni Kadek Rai dan I Gede Merta Sudiartha. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.3, 2016, Hal. 1572-1598.
- Priyanto, Sugeng. (2016). Pengaruh Kebijakan Deviden, Profitabilitas, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol.5, No.1, April 2016.
- Pristianingrum, Nurfina. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017) - Jember, 27-28 Oktober 2017* (Hal 353-364).
- Purwani, T. (2019). ABID concept in the effect of financial policy on firm value. *HOLISTICA-Journal of Business and Public Administration*, 10(2), 51-68.
- Purwani, T. (2020). Peranan Sikap Mahasiswa Terhadap Gaya Kepemimpinan Direktur Akademi Manajemen Bumi Sebalu Bengkayang. *Jurnal Ekonomi Integra*, 9(2), 114-124.
- Purwani, T., & Arvianti, I. (2020). Constructing harmonization of multicultural society. *Social Science Learning Education Journal*, 5(06), 157-170.
- Purwani, T., & Arvianti, I. (2020, December). The Economic Empowerment Model of Multicultural Society. In *The 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)* (pp. 171-178). Atlantis Press.

-
- Purwani, T., & Oktavia, O. (2018). Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen, Kepemilikan Institusional dan Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 25(1).
- Purwani, T., Arvianti, I., & Karyanti, T. (2020, May). The Model of Harmonization of Multiculturalism Society at Magelang Regency. In *International Conference on the....* Retrieved from <https://www.atlantis-press.com/proceedings/ticash-19/125940636>.
- Rahayu, Maryati dan Bida Sari. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Ikraith-Humaniora*, Vol.2, No.2, Maret 2018.
- Rakha MS., Enni S., dan Devi S. (2020). Pengaruh Kebijakan Deviden, Pengungkapan *Enterprise Risk Management*, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.8, No.2, Juni 2020, Hal. 156-166.
- Ratih, Rr. Putri Koesumo dan Anang Subardjo. (2018). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Leverage, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.7, No.10, Oktober 2018.
- Rudangga, I Gusti Ngurah Gede dan Gede Merta Sudiarta. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.7, 2016, Hal. 4394 - 4422.
- Santoso, A., Kessi, A. M. P., & Anggraeni, F. S. (2020). Hindrance of quality of knowledge sharing due to workplace incivility in Indonesian pharmacies: Mediating role of co-worker and organizational support. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(2), 525-534.
- Sapto J., Abdurrahman., dan Lia A. (2013). Deteksi Praktis Aplikasi Pot (*Pecking Order Theory*). *Jurnal Ekonomi*, Vol.4, No.1, Mei 2013.
- Steven, Dalvin dan Rosmita Rasyid. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Firm Growth, Kebijakan Dividen dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, Vol.2, No.1, Januari 2020, Hal. 327-337.
- Subagya, Yusup Hari. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Education and Economics (JEE)*, Vol.2, No.1, Juli-September 2019.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Suryandani, Atika. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, Vol.1, No.1, Oktober 2018.
- Ta'dir EP., Parengkuan T., dan Ivone SS. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Risiko Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal EMBA*, Vol.2, No.2, Juni 2014, Hal. 879-889.
- Tri SL, Krista N, Reka MP, Akbar H. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Sociosecretum*, Vol.9, No.1, Juni 2019, Hal. 63-75.
- Trimiyati, K. E. (2018). ANALISA FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKTIVITAS NELAYAN DI KAWASAN TAMBAK LOROK. *JURNAL SAINS DAN TEKNOLOGI MARITIM*, 17(2).
- Ukhriyawati, Catur Fatchu dan Riani Dewi. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Equilibiria*, Vol.6, No.1, 2019.
- Umam, Mochamad Febri Sayidil. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran

Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, Vol.4, No.2, Juli-Desember 2018.

Utami, Asri Pawestri Setyo dan N I Putu Ayu Darmayanti. (2018). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Uhud*, Vol.7, No.10, 2018.

Widaningsih, R. A., Sukristanta, S., & Kasno, K. (2020). Tantangan Bagi Organisasi dalam Mempertahankan Kinerja Pegawai Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Al Tijarah*, 6(3), 193-198.

Widayati, Y. T., Prihati, Y., & Widjaja, S. (2021). ANALISIS DAN KOMPARASI ALGORITMA NAÏVE BAYES DAN C4. 5 UNTUK KLASIFIKASI LOYALITAS PELANGGAN MNC PLAY KOTA SEMARANG. *Jurnal Transformatika*, 18(2), 161-172.

Widayati, Y. T., Prihati, Y., Widjaja, S., Prakoso, S. A., & Notobudojo, A. R. (2021). Implementasi Twitter Bootstrap dalam Pengembangan Aplikasi Web E-Commerce (Studi Kasus Toko Putra Reban Kendal). *Jurnal Transformatika*, 19(1), 26-37.

Wijaya, Masri Erma. (2014). Pengaruh Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Politeknik Sekayu (ACSY)*, Vol.1, No.1, Desember 2014.

Willy N., Abdurrohman., Elin S. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Publik*, Vol.16, No.2, Agustus 2020.

www.idx.co.id

Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. (2014). SPSS COMPLETE (Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS). Edisi 2. Salemba Infotek. Jakarta.

Yanti, I Gusti Ayu Diah Novita dan Ni Putu Ayu Darmayanti. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, Vol.8, No.4, 2019, Hal. 2297-2324.

Yunus, Muhammad Haekal dan Masdar Masud. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Center Of Economic Student Journal*, Vol.2, No.2, April 2019.

Zuraida, Ida. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan. Vol.4, No.1, Juni 2019.