

Determinan Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021

Sholeh Nur Rohmat ¹, Axel Giovanni ² Dian Marlina Verawati ³

¹Mahasiswa Jurusan Manajemen, FE, Universitas Tidar

^{2*),3}Dosen Jurusan Manajemen, FE, Universitas Tidar

Universitas Tidar, Jalan Kapten Suparman No. 39 Magelang

E-mail: axelgiovanni@untidar.ac.id

ABSTRACT

Company Value is one of the company's goals to be achieved by maximizing the value of Shares. Company value is also one of the factors considered by investors when investing in the capital market. The company value of the food and beverage sub-sector for the last 5 years since 2017 has decreased significantly in 2019 to 2021. Firm Value is influenced by various factors such as: Managerial Ownership, Institutional Ownership, Profitability and Leverage. The existence of a research gap supported by the gap phenomenon makes further study of the factors that affect firm value still needed. This study aims to provide empirical evidence regarding the influence of Managerial Ownership, Institutional Ownership, Profitability and Leverage in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. The research population is all food and beverages on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The research sample obtained as many as 57 observations through a purposive sampling method. Research using secondary data with analysis techniques using multiple linear regression analysis. The software tool used in the research is SPSS. The results of the study provide evidence of the influence of Managerial Ownership, Institutional Ownership and Leverage on Firm Value. However, there is also empirical evidence that Profitability has no effect on Firm Value. Meanwhile, simultaneously the variables of Managerial Ownership, Institutional Ownership, Profitability and Leverage affect Firm Value.

Keywords: *Firm Value, Share Ownership, Profitability, Leverage.*

ABSTRAK

Nilai Perusahaan merupakan salah satu tujuan perusahaan yang hendak dicapai dengan cara memaksimalkan nilai Saham. Nilai Perusahaan juga menjadi salah satu faktor pertimbangan investor dalam berinvestasi di pasar Modal. Nilai Perusahaan sub-sektor makanan dan minuman selama 5 tahun terakhir sejak 2017 mengalami penurunan yang signifikan di tahun 2019 sampai 2021. Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti: Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas dan *Leverage*. Adanya *research gap* yang didukung oleh fenomena gap menjadikan studi lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan masih diperlukan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris terkait pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas dan *Leverage* pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan sub-sektor makanan dan minuman dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel penelitian didapat sebanyak 57 observasi melalui metode *purposive sampling*. Penelitian menggunakan data sekunder dengan teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat bantu software yang digunakan dalam penelitian adalah SPSS. Hasil

penelitian memberikan bukti adanya pengaruh antara Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Namun, juga terdapat bukti empiris bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan secara simultan variabel Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Kepemilikan Saham, Profitabilitas, *Leverage*.

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan unit usaha yang secara umum memiliki tujuan jangka pendek untuk memaksimalkan laba atau keuntungan yang berdasar dari pemanfaatan Sumber Daya yang dimiliki, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah untuk meningkatkan *value* atau Nilai Perusahaan yang muara akhirnya adalah guna meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham (Mulyanti, 2017). Proses menuju tujuan perusahaan tentunya tidak terlepas dari adanya penerapan fungsi manajemen yang baik. George R. Terry (2010) menyampaikan fungsi-fungsi manajemen dibagi menjadi 4 hal, antara lain: Perencanaan (*planning*), Organisasi (*organizing*), Pengarahan (*actuating*) dan Pengontrolan (*controlling*). Representasi atas baik buruknya Nilai Perusahaan yang sudah go-publik dapat dicerminkan dari pergerakan harga saham yang terjadi di bursa (Nursanita et al., 2019).

Nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan perusahaan yang dicapai dengan memaksimalkan nilai saham. Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada prospek perusahaan di masa depan (Prasetya et al., 2014). Nilai Perusahaan juga dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan investasi, sehingga dibutuhkan tata cara ataupun metode guna mengenali faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil studi empiris terdahulu yang dilakukan oleh (Sutama & Lisa, 2018), (Putra & Sunarto, 2021) dan (Suhartono et al., 2022) menunjukkan bahwa Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kepemilikan Manajerial merupakan kondisi dimana seorang manajer atau pimpinan perusahaan selain bertugas dalam mengelola perusahaan, juga sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan yang bersangkutan (Dewi & Abundanti, 2019). Hal ini memiliki arti bahwa seorang manajer tidak hanya menjalankan amanah yang diberikan atas jabatannya saja, melainkan juga memiliki peran usaha mendukung semakin baiknya Nilai Perusahaan secara jangka panjang dalam bentuk penyertaan modal sahamnya.

Hidayat & Pesudo (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini bisa terjadi dikarenakan semakin besarnya kepemilikan saham yang dipegang manajer akan menyebabkan timbulnya kondisi rawan dimana seorang manajer akan lebih mementingkan kepentingannya sendiri daripada pemegang saham lainnya, sehingga hal ini berdampak negatif pada turunnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Abundanti, 2019) dan (Sudarma & Darmayanti, 2017) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa Kepemilikan Saham Manajer perusahaan yang semakin besar akan mampu membuat investor percaya dan yakin akan adanya kecenderungan kinerja perusahaan meningkat dikarenakan kepercayaan manajer yang juga memegang saham di perusahaan tempatnya bekerja.

Kepemilikan Institusional merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusi, institusi yang dimaksud disini meliputi: institusi swasta, perusahaan, domestik dan asing (Nursanita et al., 2019). Kedua Struktur Kepemilikan ini yaitu Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional memiliki peranan yang cukup penting dalam sebuah perusahaan, hal ini selaras dengan teori keagenan (*Agency Theory*) yang menyatakan bahwa Kepemilikan saham sebuah perusahaan yang dimiliki oleh pihak Manajemen/Manajerial akan mengurangi potensi terjadi konflik keagenan (*Agency Conflict*) antara pihak Manajer yang akan menimbulkan biaya atau *cost* tambahan (Amaliyah & Herwiyanti, 2019). Sedangkan Kepemilikan Institusional sebuah perusahaan yang tinggi akan mempermudah dalam pengendalian berupa pengawasan oleh para Manajer.

Dewi & Abundanti (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini bisa terjadi dikarenakan investor institusional yang memiliki posisi mayoritas dalam kepemilikan sahamnya di sebuah perusahaan cenderung akan berpihak kepada manajemen dan akan mengesampingkan kepentingan para pemegang saham minoritas. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suhartono et al., 2022) dan (D & Suartana, 2014) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi angka Kepemilikan Saham Institusi akan mampu sebagai sistem kontrol atas upaya meminimalisir potensi kecurangan dan penyelewengan dari pihak manajer yang mengurangi Nilai Perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan pada periode tertentu (Nursanita et al., 2019). Profitabilitas termasuk kedalam salah satu aspek fundamental perusahaan dalam menjaga keutuhan serta keberlangsungan hidup

operasional sebuah perusahaan di masa depan, karena kondisi ini selaras dengan tujuan perusahaan yaitu mensejahterakan para pemegang saham dalam peningkatan Nilai Perusahaan. Hal ini selaras dengan teori Sinyal atau *Signalling Theory* yang memberi arti jika nilai profitabilitas sebuah perusahaan baik, maka dapat memberikan sinyal positif kepada investor maupun calon investor bahwa kinerja perusahaan bersangkutan baik dan mampu meningkatkan volume perdagangan saham serta mendukung peningkatan Nilai Perusahaan (Asnawi et al., 2019).

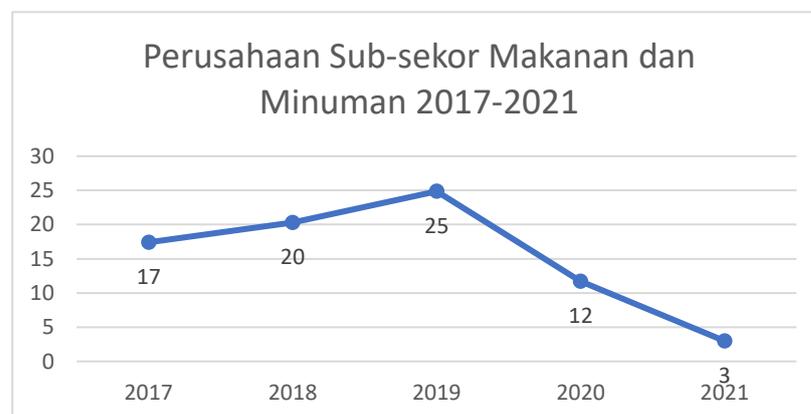
Suhartono et al., (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini bisa terjadi dikarenakan investor tidak hanya melihat Profitabilitas sebagai indikator dalam berinvestasi, melainkan ada faktor lain yang cenderung dominan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nursanita et al., 2019), (Lamba & Atahau, 2022) & (Dewantari et al., 2019) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi angka Profitabilitas yang dihasilkan perusahaan mampu sebagai sinyal positif kepada investor untuk menanggapi dan meningkatkan harga saham dalam mengambil keputusan berinvestasi.

Leverage merupakan sumber pendanaan modal yang berasal dari luar perusahaan (Putra & Sunarto, 2021). Biasanya, sebuah perusahaan yang memerlukan dana dalam jumlah besar untuk ekspansi bisnisnya melakukan hutang kepada pihak luar perusahaan. Semakin tingginya nilai hutang perusahaan, akan membuat risiko yang besar berupa pembayaran bunga hutangnya. Oleh karena itu, pengelolaan hutang perusahaan perlu dikelola. Disisi lain, penggunaan hutang yang tinggi oleh perusahaan, apabila digunakan dan dikelola dengan tepat dapat meningkatkan Nilai Perusahaan dikarenakan adanya hutang akan mengurangi beban pajak yang ditanggung perusahaan (Widayanti & Yadnya, 2020).

Dewantari et al., (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini memiliki arti bahwa semakin meningkatnya *Leverage* akan menurunkan Nilai Perusahaan dikarenakan risiko perusahaan yang tidak mampu membayar kewajibannya semakin besar. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widayanti & Yadnya, 2020) & (I Nyoman Agus Suwardika & Mustanda, 2017) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi jumlah hutang yang dimiliki sebuah perusahaan akan lebih besar dalam perolehan laba, disisi lain dengan adanya jumlah hutang yang tinggi akan mengurangi pajak yang harus dibayarkan perusahaan dan dapat digunakan untuk membayar bunga atas hutangnya sehingga mampu meningkatkan Nilai Perusahaan.

Inkonsistensi hasil penelitian terdahulu diperkuat oleh fenomena yang terjadi di Perusahaan Sub-sektor Makanan dan Minuman. Perusahaan Sub-sektor Makanan dan Minuman merupakan salah satu Sub-sektor yang ada di dalam Industri Manufaktur yang turut terkena imbas dari Pandemi Covid-19 pada Maret tahun 2020. BPS menyebutkan pertumbuhan PDB berkontraksi 5,32 persen year-on-year pada kuartal II 2020. Sementara itu, sektor pengolahan non migas anjlok 5,74 persen (Bisnis.com, 2020). Dari Januari hingga Juni 2020, industri makanan dan minuman tumbuh 2,03 persen per tahun. Angka itu lebih rendah dari realisasi pada periode yang sama tahun lalu, yakni 7,4 persen. Namun, Adhi memprediksi industri makanan dan minuman serta PDB nasional tumbuh positif pada kuartal III 2020. Dengan kata lain, roda perekonomian akan terselamatkan dari resesi yang akan segera terjadi.

Gambar 1. Grafik Rata-rata Nilai Perusahaan



Sumber: Data diolah, IDX, 2022

Gambar di atas menunjukkan rata-rata Nilai Perusahaan yang direpresentasikan oleh *Price Earning Ratio* perusahaan Sub-sektor Makanan dan Minuman tahun 2017-2021. Terlihat Nilai Perusahaan tersebut mengalami fluktuasi dengan nilai 17 pada tahun 2017, mengalami kenaikan untuk 2 tahun kedepan. Namun, pada tahun 2020 Nilai Perusahaan mengalami penurunan yang signifikan dari angka 25 pada tahun 2019 menuju angka 12 pada tahun 2020, dan diteruskan penurunan menuju angka 3 pada tahun 2021.

Menurut Sukmawati Sukamulja (2019) nilai *Price Earning Ratio* (PER) yang wajar sebuah perusahaan yaitu kisaran 5-30. Nilai PER yang berada di batas atas atau tinggi dapat diartikan sebagai Saham yang harganya mahal, namun memiliki kinerja perusahaan yang baik karena berpotensi memberikan keuntungan atau profit tinggi, Nilai PER yang berada di batas bawah memiliki arti bahwa perusahaan tersebut belum maksimal dalam menciptakan laba, sedangkan nilai PER yang minus mengartikan bahwa pada periode tersebut perusahaan mengalami kerugian.

Terdapatnya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu dan fenomena di lapangan di atas menunjukkan bahwa penelitian terkait Nilai Perusahaan masih diperlukan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub-sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

LANDASAN TEORI

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori Sinyal muncul pertama kali atas gagasan Spence tahun 1973 dalam penelitiannya yang berjudul “*Job Market Signaling*”. *Signalling Theory* menjelaskan bahwa pemilik informasi sebagai (pemegang sinyal) bekerja memberikan sinyal atau sebuah isyarat berupa informasi yang memberikan cerminan kondisi internal suatu perusahaan yang dinilai mampu memberikan *benefit* atau manfaat kepada pihak penerima (investor) perusahaan bersangkutan.

Bersumber pada teori sinyal, investor hendak mempertimbangkan aktivitas investasinya pada industri dengan menggunakan *good news* ataupun sinyal yang bagus yang diperoleh dari informasi yang disajikan oleh industri melalui keuntungan yang didapat industri di laporan keuangan. Semakin tinggi rasio profitabilitas dalam suatu industri, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Zuhroh, 2019). Peningkatan nilai perusahaan dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestor di perusahaan tersebut.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Masalah atau konflik dalam Tata Kelola Perusahaan atau lebih dikenal dengan *Corporate Governance* kita amati sering terlihat secara praktik, hal ini bisa terjadi dikarenakan adanya pemisahan dalam pengendalian perusahaan serta kepemilikan saham. *Agency Theory* menjadi dasar terjadinya pemisahan dalam kedua hal di atas yang selanjutnya mampu menggambarkan perihal pihak manajemen yang akan cenderung memperkaya dirinya sendiri dibandingkan para *Shareholder* (tertuang dalam tujuan perusahaan).

Bersumber pada teori keagenan, selisih kepentingan antara manajer dan pemegang saham menyebabkan timbulnya konflik yang biasa dituturkan sebagai *agency conflict*. Perselisihan kepentingan yang amat potensial ini, menimbulkan pentingnya suatu metode yang dapat diaplikasikan untuk mencegah keruntuhan pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976). Teori ini didukung oleh pendapat Fama & Jensen yang mengemukakan bahwa *agent* yang bersangkutan akan menanggung biaya pemantauan dengan biaya kompensasi *agent* yang telah dianggarkan dengan mempertimbangkan pada kinerjanya (Fama & Jensen, 1983).

Nilai Perusahaan

Menurut Rusiah et al. (2014) Nilai Perusahaan merupakan cerminan atas kinerja sebuah perusahaan yang dapat dijadikan sebagai pokok pandang penilaian investor (pihak luar) terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang baik yaitu: perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang dapat diketahui berdasarkan penempatan posisi strategis perusahaan dan kekuasaan yang dimiliki oleh perusahaan mencakup sistem ekonomi yang positif dan bertumbuh.

Selain itu, menurut Subramanyam (2014), mengemukakan mengenai adanya faktor lain yang memiliki posisi penting terhadap nilai perusahaan yaitu bagaimana reaksi atau respon yang dilakukan oleh pasar setelah menerima sinyal berupa informasi yang disajikan dalam laporan keuangan terbitan perusahaan.

Kepemilikan Manajerial

Wahidahwati (2015), mengemukakan Kepemilikan Manajerial dapat dipahami sebagai tingkat proporsi kepemilikan saham yang dimiliki pihak manajemen (direktur, manajer dan komisaris) atau pihak yang secara aktif turut serta dalam pengambilan keputusan perusahaan yang krusial.

Berdasarkan adanya unsur kepemilikan saham oleh pihak manajerial, dapat memberi arti sebagai unsur *control principal* terhadap *agent* atau manajer supaya bertindak rasional dalam hal mengambil keputusan atau hal lainnya dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh *principal* dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan yang akan tercermin pada meningkatnya Nilai Perusahaan (Hamonangan S. & Mas'ud M., 2006)

Kepemilikan Institusional

Ferdy Putra (2020), mengemukakan Kepemilikan Institusional sebagai kepemilikan saham yang memiliki kekuasaan atau pengaruh besar, biasanya kepemilikan saham ini didominasi oleh institusi seperti: perusahaan, lembaga, perbankan, perusahaan investasi, serta kepemilikan institusi lainnya. Semakin tinggi jumlah saham kepemilikan institusional memiliki arah sebanding dengan baiknya pengawasan terhadap kinerja perusahaan. Pengawasan yang optimal akan mampu meminimalisir tingkat risiko terhadap penyelewengan oleh pihak manajemen yang berupaya menurunkan Nilai Perusahaan dan memperkaya dirinya sendiri.

Profitabilitas

Menurut Sukmawati S. (2019) Profitabilitas merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan. Rasio profitabilitas juga memberikan cerminan terhadap bagaimana kinerja pihak manajemen dalam menjaga efektivitas kegiatan operasional perusahaan.

Profitabilitas juga bermakna sebagai usaha bagi perusahaan dalam melestarikan tingkat efektivitasnya terhadap kegiatan operasional jangka panjang. Dikarenakan tingkat kinerja profitabilitas perusahaan yang tinggi akan menjadi manifestasi entitas dalam memberikan kesanggupan pengelolaan dengan prospek positif ke masa depan (Hery, 2017: 7).

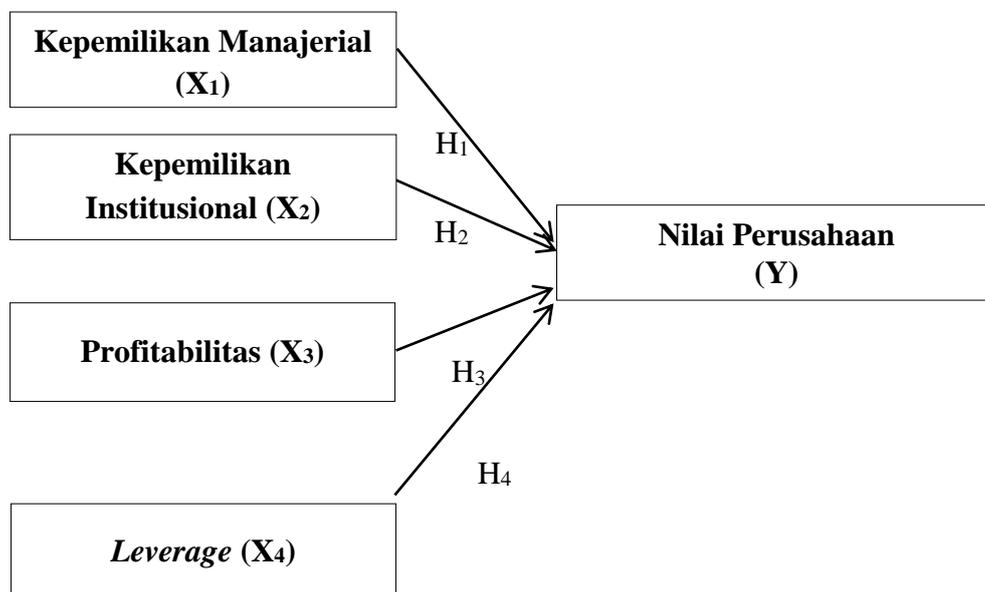
Leverage

Menurut Hery (2017: 12), Solvabilitas maupun *leverage ratio* merupakan rasio yang mengukur risiko keuangan perusahaan jangka pendek maupun jangka panjang yang memberikan gambaran proporsi hutang perusahaan.

Leverage merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan dilikuidasi (mencakup kewajiban jangka pendek maupun panjang). Berlandaskan *Signalling Theory*, semakin tinggi nilai rasio Solvabilitas atau *Leverage* sebuah perusahaan mencerminkan semakin besarnya biaya yang wajib ditanggung perusahaan dalam membereskan kewajibannya, hal ini akan memberikan informasi kepada para investor bahwa tanggungan kewajiban berupa bunga hutang perusahaan tersebut berisiko tinggi (Irma Desmi et al., 2018).

Kerangka Berpikir

Gambar 2. Kerangka Teoritis



Sumber: (Asnawi et al., 2019) & (Idris, 2021)

Hipotesis Penelitian:

- H1 : Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
- H2 : Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
- H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
- H4 : *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode *asosiatif* yang menganalisa data numerik ataupun model statistik. Penelitian yang melakukan uji atau mengkaji hubungan yang timbul atas variabel independen Kepemilikan Manajerial (X1), Kepemilikan Institusional (X2), Profitabilitas (X3) dan *Leverage* (X4) terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sub-sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2021. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling*. *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama kepada setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memperhitungkan aspek-aspek tertentu. Kriteria pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Sub-sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 5 (lima) tahun berturut-turut yaitu periode tahun 2017-2021.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit, lengkap dan berturut-turut dipublikasikan selama 5 (lima) tahun periode 2017-2021.
3. Perusahaan yang memiliki data laporan keuangan lengkap sesuai dengan variabel penelitian yang digunakan selama periode penelitian tahun 2017-2021.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian termasuk dalam jenis data sekunder yang diperoleh atau didapatkan dari laporan keuangan perusahaan-perusahaan yang dijadikan objek penelitian dengan bersumber dari www.idx.co.id atau situs laman resmi perusahaan bersangkutan bila diperlukan.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS atau (*Statistical Program for Social Science*). Model regresi yang dibentuk adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Nilai Perusahaan
 α = Konstanta
 X1 = Kepemilikan Manajerial
 X2 = Kepemilikan Institusional
 X3 = Profitabilitas
 X4 = *Leverage*
 β_1, \dots, β_4 = Koefisien Korelasi Variabel Independen
 e = *Error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dev.
KM	57	0,0000	0,252	0,0169	0,0479
KI	57	0,1788	0,967	0,6769	0,2058
PROFITABILITAS	57	-0,3100	0,270	0,1015	0,1078
LEVERAGE	57	0,0700	1,870	0,7486	0,5017
NILAI PERUSAHAAN	57	-27,0000	58,000	14,8600	17,8080
Valid N (listwise)	57				

Sumber: SPSS, data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 1. di atas menunjukkan statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian berdasarkan data laporan keuangan perusahaan sub-sektor makanan dan minuman. Total sampel penelitian adalah 57 sampel. Diketahui bahwa nilai terendah dari KM 0,000 dan tertinggi pada 0,252. Rata-rata KM di angka 0,0169 dengan nilai Std. Deviasi 0,0479. KI memiliki nilai terendah pada 0,1788 dan tertinggi pada 0,967. Rata-rata KI di angka 0,6769 dengan nilai Std. Deviasi 0,2058.

Berdasarkan Tabel 1. di atas menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki nilai terendah pada -0,310 dan tertinggi pada 0,270. Rata-rata Profitabilitas di angka 0,101 dengan Std. Deviasi 0,1078. *Leverage* memiliki nilai terendah pada 0,070 dan tertinggi pada 1,870. Rata-rata *Leverage* di angka 0,7486 dengan Std Deviasi 0,5017.

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Test Statistic	0,097
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Model regresi dapat dikatakan terdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi lebih dari 5% atau 0,05. Berdasarkan Tabel 2. di atas, nilai test *statistic* Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,097 dan nilai signifikansi sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05 (5%), yang berarti bahwa data dinyatakan terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance
Kepemilikan Manajerial (X1)	0,956
Kepemilikan Institusional (X2)	0,765
Profitabilitas (X3)	0,522
<i>Leverage</i> (X4)	0,623

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3. di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel penelitian memiliki nilai nilai *Tolerance* berkisar di atas 0,10. Bersumber pada hal tersebut, asumsi multikolinearitas terpenuhi dimana variabel independen dalam model regresi tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Variabel	T	Sig.	Hasil
Kepemilikan Manajerial (X1)	-0,220	0,828	Lolos Uji Heteroskedastisitas
Kepemilikan Institusional (X2)	0,738	0,470	Lolos Uji Heteroskedastisitas
Profitabilitas (X3)	-0,634	0,534	Lolos Uji Heteroskedastisitas
<i>Leverage</i> (X4)	1,890	0,075	Lolos Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil Uji Glejser pada tabel 4. di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel penelitian memiliki nilai signifikansi di atas angka 0,05 atau 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian lolos dari Uji Heteroskedastisitas.

Koefisien Determinasi

Nilai *Adjusted R Square* menghasilkan angka 0,256 atau 25,6% dimana sisanya sebesar 74,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu & Sari, 2018) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan variabel *Leverage*, Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Kualitas Laba menunjukkan R^2 sebesar 17,2% atau dimana sisanya 82,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Saran yang diberikan oleh peneliti ini adalah menggunakan variabel Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan sebagainya. Namun, dengan menggunakan variabel di atas nilai dari R^2 masih dinilai dengan angka yang cukup kecil yaitu sebesar 25,6%.

Uji F

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5483,590	4	1370,897	5,807	,001 ^b
Residual	12275,288	52	236,063		
Total	17758,877	56			

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Pada Uji F ini, signifikansi menghasilkan 0,001 atau dibawah 0,05. Sedangkan nilai F hitung menghasilkan angka $5,807 > F$ tabel 2,546. Maka dari itu, secara simultan seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

	T	Sig.	Hasil
Kepemilikan Manajerial (X1)	2,078	0,043	Signifikan/Diterima
Kepemilikan Institusional (X2)	2,413	0,019	Signifikan/Diterima
Profitabilitas (X3)	-0,259	0,797	Tidak Signifikan/Ditolak
<i>Leverage</i> (X4)	-2,513	0,015	Signifikan/Diterima

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6. mengenai Uji T di atas, dapat dihasilkan penjelasan mengenai pengaruh variabel Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

- a. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. Besarnya pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan mengacu pada nilai Sig. sebesar $0,043 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,078 > 2,007$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti Kepemilikan Manajerial secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan. Besarnya pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan mengacu pada nilai Sig. sebesar $0,019 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,413 > 2,007$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti Kepemilikan Institusional secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- c. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Besarnya Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan mengacu pada nilai Sig. sebesar $0,797 > 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel ($0,259 < 2,007$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak yang berarti Profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- d. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Besarnya *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan mengacu pada nilai Sig. sebesar $0,015 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,513 > 2,007$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_4 ditolak yang berarti *Leverage* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan Manajerial adalah kondisi kepemilikan saham dimana seorang manajer perusahaan juga memiliki bagian atas kepemilikan saham perusahaan bersangkutan (Dewi & Abundanti, 2019). Kepemilikan Manajerial dapat diartikan sebagai motivasi terhadap pihak manajemen untuk lebih giat dalam meningkatkan Nilai Perusahaan. Peningkatan Kepemilikan Manajerial akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa, Manajer sebagai pihak agen perusahaan sudah bertindak sesuai dengan kepentingan pihak principal yakni mengoptimalkan kinerja perusahaan demi peningkatan harga saham dan nilai perusahaan (Suhartono et al., 2022).

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sudarma & Darmayanti, 2017), (Dewi & Abundanti, 2019) dan (Suhartono et al., 2022) dimana Kepemilikan Manajerial memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Dengan hasil tersebut maka dapat memberikan

sinyal kepada investor bahwa dengan adanya Kepemilikan Manajerial memberikan sinyal positif yang dapat meningkatkan Nilai Perusahaan.

Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (D & Suartana, 2014), (Darmayanti et al., 2018), (Asnawi et al., 2019), (Nursanita et al., 2019) dan (Suhartono et al., 2022) dimana menunjukkan hasil bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan atau hipotesis diterima. Berdasarkan penjelasan *Agency Theory*, pemisahan kepemilikan dan pengendalian dalam perusahaan memungkinkan terjadinya asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) sehingga ada peluang manajer untuk bertindak oportunistik untuk memaksimalkan kepentingan mereka tanpa persetujuan dari pemilik atau pemegang saham. Tindakan oportunistik manajer dapat diminimalkan dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh Institusi yang dikenal dengan Kepemilikan Institusional. Kepemilikan saham oleh lembaga akan mendorong peningkatan pengawasan yang optimal terhadap kinerja perusahaan. Hasil Kepemilikan Institusional penelitian ini dari tahun ke-tahun yaitu konstan berada di angka 60-64% dari kepemilikan saham, sehingga memiliki pengaruh yang signifikan (Suhartono et al., 2022).

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh oleh (Idris, 2021) dan (Putra & Sunarto, 2021), (Heryanto & Syukrial, 2022), (Putranto et al., 2022) dimana Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dapat terjadi dikarenakan adanya dugaan kinerja pihak manajemen yang kurang mampu dalam mengelola ekuitas yang dimiliki perusahaan, sehingga mengakibatkan laba bersih perusahaan kecil sedangkan ekuitas yang dimiliki perusahaan cukup besar. Hasil ini tidak sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan semakin tingginya nilai profitabilitas dapat memberikan sinyal positif terhadap masyarakat khususnya pada investor.

Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan nilai atau ukuran sejauh mana sebuah perusahaan dibiayai oleh hutang (Kartika Dewi & Abundanti, 2019). Besaran *Leverage* perusahaan dapat dilihat dari perbandingan jumlah hutang yang dimiliki dengan jumlah ekuitas perusahaan. Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan namun dengan arah pengaruh yang negatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (I Nyoman Agus Suwardika & Mustanda, 2017), (Dewantari et al., 2019) dan (Widayanti & Yadnya, 2020) dimana *Leverage* memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa

semakin meningkatnya *Leverage* atau jumlah hutang perusahaan akan menurunkan Nilai Perusahaan. Hal ini sejalan dengan *Signalling Theory*. Semakin meningkatnya nilai *Leverage* perusahaan, akan memberikan sinyal negatif terhadap investor bahwa hutang yang ditanggung oleh perusahaan tersebut besar dan memiliki risiko bisnis yang tinggi.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan Sub-sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 – 2021. Pengaruh signifikan yang ditimbulkan dari ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai masing-masing variabel akan memberikan imbas berupa naik dan turunnya Nilai Perusahaan. Sedangkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan di perusahaan Sub-sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 – 2021. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkat atau turunnya variabel profitabilitas tidak memberikan imbas yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, F., & Herwiyanti, E. (2019). PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN, DAN KOMITE AUDIT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN. *Jurnal Akuntansi*, 9(3), 187–200. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.187-200>
- Asnawi, Ibrahim, R., & Saputra, M. (2019). PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN KEBIJAKAN HUTANG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA). *JURNAL PERSPEKTIF EKONOMI DARUSSALAM*, 5(1), 72–85. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24815/jped.v5i1.14089>
- D, N. P. W. P., & Suartana, I. W. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 9(3), 575–590.
- Darmayanti, F. E., Sanusi, F., & Widya, I. U. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.35448/jmb.v11i1.4284>
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and

- Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74–83.
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>
- Dewi, L. S., & Abundanti, N. (2019). Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Harga Saham Perusahaan Farmasi di Indonesia. *E-Jurnal Manajemen*, 8(10), 6099–6118.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i10.p12>
- Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Separation of Ownership and Control Separation of Ownership and Control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301–325.
- Heryanto, & Syukrial. (2022). ANALISA NILAI PERUSAHAAN INDUSTRI ROKOK DI BURSA EFEK INDONESIA. *JURNAL EKONOMI EFEKTIF*, 5(1), 107–118.
- Hidayat, S. W., & Pesudo, D. A. A. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 3(4), 367–376. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i4.21323>
- I Nyoman Agus Suwardika, & Mustanda, I. K. (2017). PENGARUH LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PROPERTI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Idris, A. (2021). Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Harga Saham Perusahaan Farmasi di Indonesia. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(2), 134–147. <https://doi.org/10.32493/frkm.v4i2.9608>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). THEORY OF THE FIRM: MANAGERIAL BEHAVIOR, AGENCY COSTS AND OWNERSHIP STRUCTURE. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kartika Dewi, N. P. I., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3028–3056.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p16>
- Lamba, A. B., & Atahau, A. D. R. (2022). Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Profitabilitas. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 16–31.
<https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12698>
- Mulyanti, D. (2017). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. 8(2), 62–71.
- Nursanita, Faruqi, F., & Rahayu, S. (2019). PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, STRUKTUR MODAL, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA TAHUN 2015-2018. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(01), 153–171.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36406/jemi.v28i01.273>
- Prasetya, T. E., Tommy, P., & Saerang, I. S. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan

Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 879–889. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.2.2.2014.4443>

- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149–157. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Putranto, P., Maulidhika, I., & Scorita, K. B. (2022). Dampak Good Corporate Governance dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 7(1), 61–74. <https://doi.org/10.51211/joia.v7i1.1734>
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 69–76. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v16i1.2127>
- Sudarma, I. K. G. A. M., & Darmayanti, N. P. A. (2017). PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN PADA INDEKS KOMPAS 100 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali - Indonesia ABSTRAK Kesejahteraan pemegang saham dapat meningkatkan , apabila nilai perusahaannya tinggi . Kinerja p. *PENGARUH CSR, KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN PADA INDEKS KOMPAS 100*, 6(4), 1906–1932. <https://doi.org/https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/28212>
- Suhartono, Susilowati, D., & Astutih. (2022). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, KEBIJAKAN DIVIDEN, ROA DAN PERTUMBUHAN LABA PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *JOURNAL GEO EKONOMI*, 13(2), 138–154. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v13i2.224>
- Sukamulja, Sukmawati. 2019. *Analisis Laporan Keuangan sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi, Edisi Pertama*. Yogyakarta: An
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, X(1), 21–39.
- Widayanti, L. P. P. A., & Yadnya, I. P. (2020). Leverage, Profitabilitas, Dan Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate Dan Property. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 737–757. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p17>
- Zuhroh, I. (2019). The Effects of Liquidity, Firm Size, and Profitability on the Firm Value with Mediating Leverage. *KnE Social Sciences*, 3(13), 203–230. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4206>