

# **PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR KESEHATAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2018-2022**

## ***THE INFLUENCE OF LEVERAGE, PROFITABILITY, AND FIRM SIZE ON FIRM VALUE IN HEALTH SECTOR COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2018-2022***

Achmad Nur Syawal<sup>1</sup>, Wiwin Aminah<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia  
[nursyawal@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:nursyawal@student.telkomuniversity.ac.id)

<sup>2</sup> Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia  
[wiwinaminah@telkomuniversity.ac.id](mailto:wiwinaminah@telkomuniversity.ac.id)

### **Abstrak**

Secara umum dapat di definisi kan bahwa nilai Perusahaan merupakan tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang atau gambaran kondisi suatu Perusahaan yang dicapai jajaran perusahaan dalam mengelola sumber daya Perusahaan yang dijadikan acuan bagi Masyarakat dalam menilai Perusahaan tersebut atau menjadi indikator bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi tentunya memiliki banyak manfaat atau keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, salah satunya adalah mudahnya akses untuk memperoleh pembiayaan dari pasar modal maupun lembaga keuangan, ataupun perusahaan mendapatkan harga jual yang tinggi ketika sewaktu-waktu perusahaan dijual atau di-merger. Nilai perusahaan merupakan factor yang penting, karena dengan tinggi atau rendahnya nilai perusahaan akan mempengaruhi persepsi pihak eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh simultan dan parsial *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, sampel penelitian diambil dengan menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 16 perusahaan selama 5 tahun, sehingga menghasilkan sampel sebanyak 80 sampel penelitian. Analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi data panel dengan menggunakan *Eviews 12*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, variabel *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah disarankan untuk menambah sampel penelitian atau periode penelitian sehingga diharapkan hasilnya sejalan dengan hipotesis. Bagi perusahaan, apabila ingin mempertimbangkan nilai perusahaan maka memperhatikan variabel-variabel lain selain variabel tersebut diatas. Bagi investor apabila ingin meningkatkan nilai perusahaan maka memperhatikan variabel-variabel lain selain variabel tersebut diatas.

Kata Kunci- pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan

---

## I. PENDAHULUAN

Pendahuluan Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange (IDX)*. Bursa Efek adalah suatu badan hukum yang mempunyai misi sebagai sarana penyelenggaraan dan pengaturan penyelenggaraan kegiatan perdagangan efek di pasar modal. Sektor Kesehatan merupakan sektor yang memiliki potensi berkembang yang tinggi. Kementerian Perindustrian (KEMENPERIN) telah mendorong produktifitas kinerja sektor dengan melaksanakan kebijakan substitusi impor sebesar 35%. Rencana strategis kemenperin tahun 2020-2024, nilai Tingkat kandungan dalam negeri (TKDN) rata-rata pada tahun 202 ditargetkan sebesar 53% dari *baseline* tahun 2020 yang berada di angka 49%.

Pada masa Covid-19, menurut Hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa terhitung sebesar 66,09% perusahaan di Indonesia mengalami penurunan pendapatan sepanjang kuartal III/2020. Hal ini pun disebabkan dengan adanya dampak negatif dari pandemi Covid-19 berupa pengurangan pendapatan terhadap sejumlah perusahaan. Namun ditengah penurunan pertumbuhan perekonomian pada kuartal II/2020, KEMENPERIN mencatat sektor farmasi memiliki pertumbuhan positif sekitar 8,65%. PT Kalbe Farma Tbk merupakan perusahaan farmasi terbesar dalam kategori aset dengan total aset mencapai Rp23,4 triliun pada semester pertama 2020. PT Kalbe Farma Tbk sudah menjalankan usahanya sejak tahun 1966. Hingga kini, produk perusahaan tidak hanya dijual di dalam negeri tetapi juga di negara ASEAN, Afrika Selatan dan Nigeria. Berdasarkan rilis laporan keuangan PT Kalbe Farma Tbk semester pertama 2020, perusahaan mampu memperoleh arus kas yang positif dengan peningkatan sebesar 73,2% year on year sementara beberapa perusahaan farmasi besar lainnya mengalami penurunan arus kas pada paruh pertama tahun 2020 akibat terganggunya operasi perusahaan sebagai dampak pandemi Covid19.

Menurut penelitian (Anita *et al.*, 2023), Leverage tidak memberikan efek positive terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Bon dan Hartoko, 2022) mengatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Wulandari & Efendi, 2021) profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Anita *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Kurniawati *et al.*, 2016) Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Nurwulandari *et al.*, 2021) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Wulan Sari & Elly Siswanto, 2022) ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Fredy Prasetya dan Rilla Gantinno (2021) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari penjelasan tersebut, ditemukan adanya inkonsistensi hasil dari penelitian sebelumnya antara variabel independent pada nilai perusahaan. Maka dengan meningkatnya pasar industri sector farmasi nilai perusahaan pun akan meningkat seiring dengan perkembangan pada sector tersebut. Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022”.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Dasar Teori

#### 1. Teori Sinyal

Teori Sinyal adalah suatu sebuah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Agustin Ekadjaja, 2021). Yang dikatakan sinyal dalam teori ini dalam bentuk laporan keuangan, operasional perusahaan, prospek perusahaan di masa yang akan datang dan lain-lain. Jika disimpulkan teori sinyal merupakan informasi yang di berikan perusahaan untuk kepentingan investor dalam menilai kinerja perusahaan tersebut. Teori sinyal (*signaling theory*) membahas bagaimana seharusnya sinyal-sinyal (informasi) keberhasilan dan kegagalan manajemen disampaikan kepada pemilik. Sinyal- sinyal (informasi) tersebut dapat diberikan melalui laporan keuangan perusahaan (Kusumo, 2008). Sinyal yang diberikan kepada investor dapat berupa profit yang dihasilkan dari investasi yang sumber dananya dari leverage sehingga ukuran perusahaan pun akan meningkat dengan demikian nilai saham di bursa akan meningkat pula karena diminati oleh investor sehingga meningkatkan nilai saham di pasar modal, harga saham yang meningkatkan nilai Perusahaan.

#### 2. Nilai Perusahaan

Perubahan paradigma dalam konseptualisasi “perusahaan” mengarah pada arsitektur baru “korporasi”, Melalui strukturnya dirancang untuk mengumpulkan kekayaan individu di bawah sistem manajemen dan pengendalian

terpadu. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor tentang tingkat kesuburan perusahaan terhadap harga saham. Ketika saham perusahaan memiliki harga yang tinggi, persepsi investor tentang nilai tetap juga tinggi (Pratomo & Sudibyo, 2023). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Price to Book Value* (PBV) untuk mengukurnilai perusahaan. PBV digunakan untuk mengukur sejauh mana pasar menghargai nilai buku dari perusahaan tersebut. Jika rasio PBV bernilai di atas 1, berarti pasar menilai perusahaan lebih tinggi daripada nilai bukunya. Sebaliknya, jika PBV bernilai di bawah 1, maka pasar menilai perusahaan tersebut lebih rendah dari nilai bukunya. Dengan kata lain, PBV menggambarkan tingkat penghargaan pasar terhadap kualitas dan prospek keuangan suatu perusahaan yang tercermin dari nilai buku sahamnya. Semakin besar PBV yang didapatkan oleh perusahaan maka makin tinggi nilai saham pada perusahaan tersebut. Untuk mengetahui seberapa besar PBV pada perusahaan tersebut menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{book value per share}}$$

3. *Leverage*

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana aktiva perusahaan didanai oleh utang atau pinjaman (Hidayat, 2019). Menurut (Octaviany et al., 2019) Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (*retained earning*) dan penyusutan (*depreciation*) dan dari eksternal perusahaan yang berupa hutang atau penerbitan saham baru. *Leverage* menjadi rasio untuk menghitung seberapa baik perusahaan dapat memenuhi semua kewajiban finansial apabila perusahaan tersebut dilikuidasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan DER sebagai proksi pada variabel *leverage*. Rasio ini bertujuan untuk memberi perbandingan antara total kewajiban dengan total ekuitas. Utang yang digunakan dengan efisien dapat menimbulkan efek positif bagi nilai perusahaan, sebaliknya jika utang digunakan dengan cara tidak efisien maka akan berdampak negatif bagi nilai perusahaan. Menurut (Randy et al., 2022) rumus dari DER sebagai berikut:

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

4. Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan total aset yang dimiliki selama periode tertentu, misalnya tahunan (Suleman et al., 2019). Profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola asetnya dan operasi bisnisnya (Cahyaningsih & Denna Taris Citra Rahadiansyah, 2022). Profitabilitas merupakan salah satu ukuran kinerja perusahaan yang menunjukkan tingkat pengembalian atau imbal hasil yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan total aset yang dimiliki. Menurut (Horne & John M. Wachowicz, 2008) profitabilitas suatu perusahaan diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA). Menurut Irwin Muslimin et al. (2023) *return on asset* (ROA), juga dikenal sebagai rasio profitabilitas, adalah metode untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. ROA melibatkan perbandingan yang digunakan untuk menghitung keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dengan menggunakan aset yang dimiliki. Menurut (Herispon, 2016) Herispon (2016) rumus dari profitabilitas adalah sebagai berikut

$$ROA = \frac{\text{net income after tax}}{\text{Total Aset}}$$

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu parameter atau angka yang digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan sebagai besar atau kecil berdasarkan berbagai faktor, seperti total aset, total penjualan, nilai saham, dan sebagainya (Widiastari & Yasa, 2018). Ukuran perusahaan digunakan sebagai indikator untuk menilai kinerja perusahaan, di mana kinerja yang baik dapat menghasilkan peningkatan total aset perusahaan dan mengakibatkan

pertumbuhan ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil, yang dapat menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Semakin besar nilai perusahaan akan membuat orang menjadi tertarik dengan kegiatan sosial perusahaan (Kalbuana et al., 2022). Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut dapat mencapai penjualan yang besar pada periode tertentu, harga saham yang tinggi di pasar modal, kinerja keuangan yang tinggi pada perusahaan tersebut, total aktiva, dan lain-lain. Menurut (Octaviany et al., 2019). sebagai berikut:

$$SIZE = Ln (Total Asset)$$

## B. Kerangka Pemikiran

### 1. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

*Leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan merupakan factor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* merupakan suatu rasio untuk mengukur seberapa baik perusahaan menggunakan utang dalam meraih return atau keuntungan dalam suatu bisnis. Penggunaan utang secara bijak dan tepat sasaran dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penggunaan utang yang baik dapat memberikan keuntungan yang baik juga. Keuntungan ini akan tercermin pada profitabilitas. profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan total aset yang dimiliki selama periode tertentu, misalnya tahunan (Suleman et al., 2019). Perusahaan yang menggunakan aset dan modal dengan baik dalam meraih return atau keuntungan, akan berdampak baik bagi perusahaan sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Keuntungan yang besar tentunya akan mencerminkan ukuran perusahaan yang besar. Menurut (Putu Ayu dan Gerianta, 2018) Ukuran perusahaan adalah suatu parameter atau angka yang digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan sebagai besar atau kecil berdasarkan berbagai faktor, seperti total aset, total penjualan, nilai saham, dan sebagainya (Widiastari & Yasa, 2018). Dari penjelasannya sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan

**H<sub>1</sub> : *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

### 2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

*Leverage* menjadi salah satu factor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana aktiva perusahaan didanai oleh utang atau pinjaman (Hidayat, 2019). Penentuan sumber pendanaan merupakan tanggung jawab manajer keuangan perusahaan. Yang dilihat pada factor ini adalah bagaimana perusahaan menggunakan utang sebagai modal mereka dalam meraih return atau keuntungan. Penggunaan utang secara bijak dan tepat sasaran dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun sebaliknya jika perusahaan tidak dapat mengendalikan utang mereka dengan baik, maka akan berdampak buruk bagi perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Bon & Hartoko, 2022) mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka, semakin baik tingkat *leverage* dari suatu perusahaan akan menjadikan nilai perusahaan meningkat pada perusahaan tersebut. Dari penelitian tersebut peneliti menduga bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

**H<sub>2</sub> : *Leverage* berdampak positif terhadap Nilai Perusahaan**

### 3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menjadi salah satu aspek yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang dapat menggunakan asset nya dalam meraih return atau keuntungan dapat dikatakan perusahaan tersebut memiliki Tingkat profitabilitas yang baik. Profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa efektif kinerja perusahaan dalam melancarkan operasionalnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan kata lain perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang baik dalam penggunaan asset atau modal dalam meraih keuntungan. Menurut (Dr. Abshor Marantika 2012) Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan yang dapat diraih perusahaan maka perusahaan tersebut dapat menarik perhatian para investor dalam pemberian modal. Menurut penelitian (Wulandari & Efendi, 2021) profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Begitu pun pada penelitian yang dilakukan oleh (Muharramah & Hakim, 2022) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Maka, semakin meningkatnya profitabilitas pada perusahaan tersebut akan meningkat juga nilai

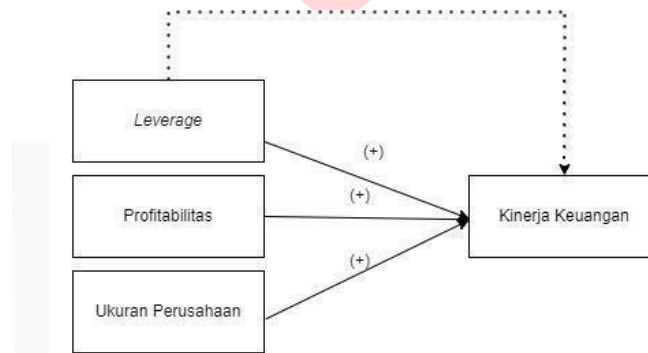
perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut peneliti menduga bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

**H<sub>3</sub>** : Profitabilitas berdampak positif terhadap Nilai Perusahaan

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menjadi salah satu aspek yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar dapat memberikan gambaran kepada investor bahwa perusahaan tersebut memiliki jangkauan pasar yang luas dan konsumen yang banyak. (Menurut Akhmadi, 2018) Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan, antara lain total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aktiva. Besar kecilnya suatu perusahaan memberikan gambaran umum kepada investor mengenai Tingkat penjualan dan total aktiva dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki Tingkat operasional yang terus berkembang, sehingga tingkat penjualan yang di hasilkan pada operasi perusahaan tersebut pun memiliki nilai yang tinggi dan berdampak pada total aktiva pada perusahaan tersebut. Menurut penelitian (Nurwulandari *et al.*, 2021) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar memiliki peluang yang besar dalam menarik perhatian para investor dalam menanamkan modal di perusahaan tersebut. Maka dari itu, peneliti menduga bahwa ukuran perusahaan memiliki efek positif terhadap nilai perusahaan

**H<sub>3</sub>** : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan



Keterangan:  
 —————> Berpengaruh secara parsial  
 - - - - -> Berpengaruh secara simultan

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**  
 Sumber: Data Olah Data Peneliti (2024)

Keterangan:  
 —————> : Pengaruh secara parsial  
 - - - - -> : Pengaruh secara simultan

III. METODOLOGI PENELITIAN

Data yang dipergunakan dalam penelitian yaitu data kuantitatif yang jenisnya data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan sekumpulan informasi dari sumber yang telah tersedia sebelumnya seperti situs web, dokumen-dokumen penting, buku, dan lainnya (Sarjana, 2023). Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor kesehatan selama periode 2018-2022. Sampel yang dipergunakan pada penelitian ini sebanyak 80 data yang termasuk daripada 16 perusahaan sektor kesehatan selama 5 tahun dari periode 2018-2022.

Pada penelitian ini teknik *nonprobability sampling* yang diterapkan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* yakni cara menentukan sampel melalui tujuan tertentu yang diinginkan peneliti (Kasmir, 2022). Pemilihan sampel pada penelitian ini berdasar pada kriteria yaitu:

**Tabel 3.1 Kriteria Sampel**

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI	33
2	Perusahaan sektor kesehatan yang tidak konsisten terdaftar di BEI selama tahun 2018-2022	(16)
3	Perusahaan sektor kesehatan yang tidak memiliki data lengkap untuk penelitian ini	(1)
Total sampel penelitian		16
Sampel penelitian x tahun		80

Sumber: Data Olah Data Peneliti (2024)

Menerapkan model regresi data panel yang diolah melalui *software Eviews 12* yakni analisis data dalam penelitian. Dengan persamaan analisis regresi data panel yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y : Nilai Perusahaan
- $\alpha$  : Konstanta
- $\beta_1 \beta_2 \beta_3$  : Koefisien Regresi
- $X_1$  : *Leverage*
- $X_2$  : Profitabilitas
- $X_3$  : Ukuran Perusahaan
- $\varepsilon$  : *Error*

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### A. Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 4.1 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif**

	Nilai Perusahaan	Leverage	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan
<i>Minimum</i>	0,09	0,04	-0,15	21,35
<i>Maximum</i>	41,28	16,77	31,51	30,94
<i>Mean</i>	4,79	0,96	0,48	28,76
<i>Std. Dev</i>	8,59	1,94	3,51	1,37
<i>Observation</i>	80	80	80	80

Sumber: Data Olah Data Peneliti (2024)

- Berdasarkan tabel 4.1 *mean* dari nilai perusahaan sebesar 4,79, sedangkan standar deviasi dari nilai perusahaan sebesar 8,59, dari perolehan tersebut dapat dikatakan bahwa data dari nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat heterogen, dengan kata lain data tersebut tersebar luas dan bervariasi.
- Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, menunjukkan bahwa variable independen pertama adalah *leverage*. Hasil perolehan nilai mean pada *leverage* sebesar 0,96, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 1,94, dari nilai tersebut dapat dikatakan bahwa data pada variabel *leverage* bervariasi dan tidak berpusat atau dengan kata lain data bersifat heterogen
- Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, pada variabel independen kedua yaitu profitabilitas, didapatkan mean sebesar 0,48, yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari standar deviasinya yaitu sebesar 3,51, hal ini menunjukkan bahwa data bersifat heterogen atau data bervariasi atau tidak berpusat.

4. Berlandaskan hasil uji statistik deskriptif, pada variable independent ketiga yaitu ukuran perusahaan, diperoleh hasil mean sebesar 28,76 dan standar deviasi sebesar 1,37, nilai tersebut menunjukkan bahwa data tersebut memiliki penyebaran yang lebih kecil atau berpusat pada satu titik.

B. Uji Asumsi Klasik  
 1. Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors  
 Date: 07/23/24 Time: 00:49  
 Sample: 1 81  
 Included observations: 80

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	340.1045	527.6299	NA
X1	0.176593	1.269691	1.023304
X2	0.008427	1.224706	1.166597
X3	0.404501	520.3915	1.171265

**Gambar 4.1 Hasil Uji Multikolinearitas**  
 Sumber: Output Eviews 12 (2024)

Pada gambar 4.1 diketahui apabila nilainya *centered* VIF (*Variance Inflation Factors*) dari tiap-tiap variabel independent, *slack resources*, dewan komisaris, serta ukuran perusahaan bernilai *variance inflation factor* (VIF) < 10. Bisa ditarik kesimpulannya apabila dari hasil tersebut tak ada gejala multikolinearitas antara variabel independent yang artinya tak adanya korelasi antara variabel independent pada penelitian ini

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey  
 Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.458255	Prob. F(3,76)	0.2327
Obs*R-squared	4.354366	Prob. Chi-Square(3)	0.2257
Scaled explained SS	4.245793	Prob. Chi-Square(3)	0.2361

**Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
 Sumber: Output Eviews 12 (2024)

Di gambar 4.2 didapatkan jika hasil pengujian yang menggunakan metode Breush-Pagan-Godfrey memperlihatkan nilainya *Obs\*R-Squared* pada *Probability Chi-Square* sejumlah 0,2257 > 0,05 hingga bisa disebut jika tak terjadinya heteroskedastisitas antara variabel independen.

C. Analisis Regresi Data Panel

Dari hasil uji *chow* serta uji *hausman*, demikian pengujian *lagrange multiplier* tak haris dilaksanakan. Dengan ini karena uji *lagrange multiplier* nantinya menguji antar *common effect model* serta *random effect model*. Dalam pengujian *chow*, yang menguji antar *common effect model* serta *fixed effect model* metode yang diterima ialah *fixed effect model*. Sementara, dipengujian *hausman* yang menguji antar *fixed effect model* dengan *random effect model* metode yang diterima ialah *fixed effect model*. Maka demikian, pengujian *lagrange multiplier* tak diperlukan lagi. Pada penelitian ini, metode yang nantinya dipergunakan dalam penelitian ini yaitu *fixed effect model*.

Dependent Variable: Y  
 Method: Panel Least Squares  
 Date: 07/23/24 Time: 01:45  
 Sample: 2018 2022  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 16  
 Total panel (balanced) observations: 80

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	12.24568	15.28437	0.801190	0.4261
X1	0.453568	0.261054	1.737447	0.0874
X2	-0.014979	0.061178	-0.244843	0.8074
X3	-0.272985	0.529596	-0.515458	0.6081

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.872170	Mean dependent var	4.791958
Adjusted R-squared	0.834449	S.D. dependent var	8.587700
S.E. of regression	3.494158	Akaike info criterion	5.543909
Sum squared resid	744.7578	Schwarz criterion	6.109641
Log likelihood	-202.7564	Hannan-Quinn criter.	5.770727
F-statistic	23.12193	Durbin-Watson stat	2.627748
Prob(F-statistic)	0.000000		

**Gambar 4.3 Hasil Fixed Effect Model**

Sumber: Output Eviews 12 (2024)

Pada gambar 4.3 dapat dirumuskan model regresi data panel untuk penelitian ini dalam menjelaskan mengenai *slack resources*, dewan komisaris, ukuran perusahaan, serta pengungkapan *corporate social responsibility* adalah t:

$$Y = 12,24568 + 0,4261 \text{ DER} + 0,0874 \text{ ROA} + 0,6081 (\ln) \text{ TOTAL ASET} + \varepsilon$$

Keterangan:

*CSR* : Nilai Perusahaan  
 $\varepsilon$  : Error

D. Pengujian Hipotesis

1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil dari uji regresi data panel menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,834449. Dapat disimpulkan bahwa *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan nilai perusahaan sebesar 83% dan sebesar 17% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Hasil Pengujian Simultan (Uji F)

Pada gambar 4.3 bisa dilihat dari hasil probabilitas (F-statistic) sejumlah 0,000000 dimana nilai itu lebih kecil daripada taraf signifikan 0,05 demikian  $H_{a1}$  diterima serta  $H_{01}$  ditolak. Nilai tersebut kurang dari Tingkat signifikansi sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.

3. Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Dari gambar 4.3 bisa disimpulkan ialah:

- a. Variabel *Leverage* (X1) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0874. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2019 karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari Tingkat signifikansi sebesar 0,05.
- b. Variabel Profitabilitas (X2) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0874. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022 karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari Tingkat signifikansi sebesar 0,05.
- c. Variabel Ukuran Perusahaan (X3) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,6081. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022 karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari Tingkat signifikansi sebesar 0,05.



## E. Pembahasan

### 1. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, *leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektro kesehatan ayang terdafata di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Nilai probabilitas pada Uji Simultan sebesar 0,000000. Nilai tersebut lebih kecil disbanding taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa ketiga variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil ini sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat oleh penulis yaitu, *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.

### 2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji T diperoleh 0,0874 lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independent *leverage* tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. *Leverage* pada penelitian ini tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan kemungkinan dana yang diperoleh dari *debt* tidak digunakan untuk investasi atau pengembangan perusahaan sehingga tidak dapat meningkatkan nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim

Hubungan ini didominasi oleh perusahaan yang memiliki *leverage* dibawah rata-rata dengan nilai perusahaan dibawah nilai rata-rata dengan total sampel 49 atau sebesar 61% dari total sampel yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa berapapun *leverage* tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

### 3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji T diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,8074 lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independent profitabilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat oleh penulis yaitu, profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya profitabilitas pada perusahaan sektor kesehatan tidak selalu diiringin dengan pertumbuhan nilai perusahaan. Kenaikan profitabilitas pada penelitian ini tidak digunakan untuk program-program yang menunjang kenaikan nilai perusahaan sehingga kenaikan profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Tidak berpengaruh nya profitablitas terhadap nilai perusahaan mencirmankan bahwa terdapat beberapa kemungkinan, pertama, dari rata-rata leverage diperoleh angka sebesar 0,48 artinya, rata-rata keuntungan perusahaan sebesar 48% menunjukkan angka yang relative tinggi sehingga investor tidak berkepentingan lagi untuk mempertimbangkan profitabilitas dalam Keputusan investasinya, kemungkinan lainnya pasar telah memiliki persepsi terhadap pertimbangan profitabilitas dari besarnya rata-rata profitablitas pada industry kesehatan ini, sehingga pasar menyimpulkan profitabilitas tidak menjadi pertimbangan dalam Keputusan investasi, dari sehingga baik atau buruknya sinyal yang diberikan oleh perusahaan tidak lagi relevan bagi pihak investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim.

Dari data tersebut maka dapat dilihat bahwa hubungan ini di dominasi oleh perusahaan yang memiliki profitabilitas dibawah rata-rata dengan nilai perusahaan dibawah rata-rata dengan total sampel 62 atau sebesar 78% dari total sampel yang ada.

### 4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji T nilai probabilitas sebesar 0,6081 lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independent profitabilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai Perusahaan.

Hasil ini tidak sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat oleh penulis yaitu, ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. Hal ini menunjukkan bahwa besar atau kecilnya ukuran perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan tidak selalu diiringin dengan pertumbuhan nilai perusahaan. Skala angka logaritma natural (ln) total aset untuk ukuran perusahaan biasanya berkisar antara 0 hingga 30, tergantung pada ukuran perusahaan yang dianalisis.

Namun, nilai yang paling umum biasanya berada dalam rentang 10 hingga 25 (Dang, C., Li, Z. F., & Yang, C., 2018). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ferdy Prasetya dan Rilla Gantinno Bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan ini didominasi oleh perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan dibawah nilai rata-rata dengan nilai perusahaan dibawah rata-rata sebanyak 34 sampel atau sebesar 43% dari total sampel yang ada.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilaksanakan supaya mengetahui pengaruh *leverage*, Profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022, penelitian ini mencakup 16 sampel perusahaan dengan periode waktu 5 tahun dan total data yang diolah sebanyak 80 data observasi penelitian. Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. *Leverage*, Profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan dengan nilai *adjusted R Square* 83% pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022..
2. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022
3. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022
4. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

Dalam melakukan rise factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan peneliti hanya menggunakan 3 variabel independent yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan. Riset ini terbatas pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

## REFERENSI

Abonita, R. (2021, April 12). *Menggugat Tanggung Jawab Sosial Pabrik Semen di Aceh Besar*.

Agnes, K. (2023). The Effect of Green Accounting, Company Size, Profitability, Media Disclosure, and Board of Commissioners' Size on Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal Papier Public Review*, 4(2). <https://doi.org/10.47667/ijppr.v4i1.203>

Anam, H., & Utami, N. T. (2022). *Corporate social responsibility: slack resources, feminisme dewan direksi, dan media exposure*. 2, 307–314. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10926>

Cahyaningsih, & Septyaweni, A. (2022). Corporate social responsibility disclosure before and during the Covid-19 pandemic. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 26(1). <https://doi.org/10.20885/jaai.vol26.i>

Dewi, I. S., & Khafi, D. N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi*, 3(1).

Fahreza, M. F., & Inawati, W. A. (2023). Pengaruh Slack Resources, Kinerja Lingkungan, Dan Komite Audit Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks Kompas 100 Tahun. *E-Proceeding of Management*, 10(2).

Farida, A. L., Roziq, A., & Maria Wardayati, S. (2019). Determinant Variables Of Enterprise Risk Management (ERM), Audit Opinions And Company Value On Insurance Emitents Listed In Indonesia Stock Exchange. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 8, 7. [www.ijstr.org](http://www.ijstr.org)

Hartman, L. P., Desjardins, J., & Macdonald, C. (2014). *Business Ethics Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility Business Ethics*.

Kalbuana, N., Kusiyah, K., Supriatiningsih, S., Budiharjo, R., Budyastuti, T., & Rusdiyanto, R. (2022). Effect of profitability, audit committee, company size, activity, and board of directors on sustainability. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2129354>

- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*.
- Kiptoo, W. N., Soi, N., & Chepserson, A. (2017). *International Journal of Economics, Commerce and Management EFFECT OF FIRM SIZE AND BOARD GENDER ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INVESTMENT OF FIRMS LISTED IN NAIROBI SECURITY EXCHANGE IN KENYA*. <http://ijecm.co.uk/>
- Kirmizi. (2009). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Badan Usaha Milik Negara Sebelum dan Sesudah Privatisasi di Indonesia KIRMIZI*.
- Krisnawati, A., Yudoko, G., & Bangun, Y. R. (2018). Modeling An Effective Corporate Social Responsibilitybased On Systems Theory And Management Functions: A Case Study In Indonesia. In *International Journal of Business and Society* (Vol. 19, Issue 2). [www.pu.go.id](http://www.pu.go.id),
- Majidah, M., Ilhami, F., & Pangestu, G. (2022). *Determinant Factors of Corporate Social Responsibility Disclosure*.
- Melvin, & Rachmawati, D. (2021). *Pengaruh Slack Resources, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris Dan Liputan Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*.
- Nazar, M. R., & Istiqomah, N. H. (2023). Pengaruh Slack Resources, Profitabilitas, dan Media Exposure terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 499–505. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.564>
- Pratomo, D., & Sudibyo, D. A. (2023). Do Earnings Management and Audit Committee Have an Effect on The Firm Value? *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 14(2), 2085–9643. <https://doi.org/10.26740/jaj.v14n2.p234-247>
- Putri, Y. R., & Yulianhari, W. S. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2018*. 4.
- Restu, M., Yulindari, W. S., & Nurbaiti, A. (2017). *Effect Of Size Of Board Of Commissioners, Proportion Of Independent Commissioners Board And Committee Size To Corporate Social Responsibility Disclosure (The Case Study On Bumn Company Which Listed On The Indonesia Stock Exchange 2013-2016 Period )*.
- Rivandi, M., & Putra, A. H. (2019). Pengaruh Dewan Komisaris Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan High Profile Di Bursa Efek Indonesia). In *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Vol. VIII* (Issue 01).
- Rohmah, N. S., Nurfauziah, F. L., & Suharti, S. (2022). *The Effect of Gender Diversity and Slack Resources on Corporate Social Responsibility Disclosure*. <https://doi.org/10.47709/governors.v1i3.1958>
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015- 2016). *Jurnal Akademi Akuntansi*.
- Sari, Y., Suzan, L., & Budiono, E. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013)*.
- Sarjana, N. (2023, June 26). *Definisi Data Sekunder dan Cara Memperolehnya*. Detik.Com.
- Sembiring, E. R. (2005). *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003. (2003). *Undang-undang (UU) Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara*.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. (2007). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007*.

Vaughan, Y., Rhou, Y., Koh, Y., & Singal, M. (2023). Slack resources and employee-centered corporate social responsibility in restaurant companies. *Tourism Economics*. <https://doi.org/10.1177/13548166231172860>

Yanti, N. L. E. K., Endiana, I. D. M., & PRamesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Kharisma*, 3(1).

Zulhaimi, H., & Nuraprianti, N. R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 555–566. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.17729>

