



ANALISIS PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *INTELLECTUAL CAPITAL* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN NON-PRIMER YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2017-2021

Tania Monica Mardji

31180018@student.kwikkiangie.ac.id

Prima Apriwenni

prima.apriwenni@kwikkiangie.ac.id

Abstrak

Nilai perusahaan menunjukkan bagaimana persepsi investor terhadap perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Nilai perusahaan dicerminkan oleh harga saham perusahaan. Selain harga saham, nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai PBV perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi Nilai Perusahaan. dalam penelitian ini, akan dicari tahu bagaimana pengaruh dari *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah 138 perusahaan yang terdaftar di Sektor Barang Konsumen Non-Primer BEI periode 2017-2021. Sampel yang diperoleh melalui metode *purposive sampling* adalah sebanyak 14 perusahaan dengan periode waktu penelitian selama 5 tahun, sehingga diperoleh sebanyak 70 sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji *pooling* data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan masing-masing berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Intellectual Capital*

Abstract

Firm value shows how investors perceive the company as a consideration in making decisions to invest. The value of the company is reflected by the price of the company's shares. In addition to the stock price, the value of the company can be seen from the value of the company's PBV. There are several factors that can affect Company Value. In this study, we will find out how the influence of Leverage, Profitability, Firm Size, and Intellectual Capital on Firm Value. The population in this study was 138 companies registered in the IDX Non-Primary Consumer Goods Sector for the 2017-2021 period. The sample obtained through the purposive sampling method is as many as 14 companies with a research period of 5 years, in order to obtain as many as 70 samples. The analytical technique used is descriptive statistical analysis, data pooling test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results showed that Leverage, Profitability, and Firm Size each had a positive and insignificant effect on Firm Value, while Profitability had a positive and significant effect on Firm Value.

Keywords: Firm Value, *Leverage*, Profitability, Firm Size, *Intellectual Capital*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Nilai perusahaan adalah persepsi yang dimiliki oleh para investor terhadap suatu perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi di suatu perusahaan, karena nilai perusahaan menunjukkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam menyejahterakan para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dicerminkan dari harga saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Sebaliknya, jika harga saham perusahaan menurun, maka nilai perusahaan juga ikut menurun, sehingga harga saham dapat memberikan dampak penurunan kesejahteraan pada pemegang saham perusahaan. Selain digambarkan pada harga saham perusahaan, salah satu alat ukur

© Hak cipta milik IBI KGG dan diterbitkan oleh Kwik Kian Gie School of Business

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang dapat digunakan adalah *Price-to-Book Value* (PBV) atau MBV, yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya (Brigham & Houston 2018).

PT Fast Food Indonesia Tbk pada akhir tahun 2016 merilis obligasi atau surat utang senilai Rp 200 Miliar. Dana tersebut akan digunakan untuk pengembangan gerai baru, pengembangan atau perluasan pergudangan dan armada distribusi serta renovasi perluasan kantor regional (Quddus, 2016). Hal-hal ini mendapatkan respon dengan peningkatan harga saham perusahaan pada tahun 2017.

Gambar 1
Perkembangan Harga Saham PT Fast Food Indonesia Tbk Tahun 2016-2017
Perkembangan Harga Saham Tahun 2017

TAHUN YEAR 2017	HARGA SAHAM SHARES PRICE	
	TERTINGGI HIGHEST (Rp)	TERENDAH LOWEST (Rp)
Triwulan I 1 st Quarter	1,750	1,250
Triwulan II 2 nd Quarter	1,640	1,350
Triwulan III 3 rd Quarter	1,585	1,310
Triwulan IV 4 th Quarter	1,550	1,400

TAHUN YEAR 2016	HARGA SAHAM SHARES PRICE	
	TERTINGGI HIGHEST (Rp)	TERENDAH LOWEST (Rp)
Triwulan I 1 st Quarter	1.350	880
Triwulan II 2 nd Quarter	1.435	1.015
Triwulan III 3 rd Quarter	1.450	1.175
Triwulan IV 4 th Quarter	1.600	1.420

Sumber: kfcku.com/annual-report

Walaupun terjadi peningkatan harga saham, PT Fast Food Indonesia Tbk terjadi penurunan nilai PBV dari tahun 2016 sebesar 1,1257 menjadi 1,0405 pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan PT Fast Food Indonesia Tbk mengalami penurunan. Tetapi, terjadi peningkatan ukuran perusahaan dari 28,5780 pada tahun 2016 menjadi 28,6424 di tahun 2016.

Kemudian pada tahun 2018 sampai 2021 harga saham PT Fast Food Indonesia Tbk mengalami ketidakstabilan. Pada Triwulan I tahun 2018 harga saham menurun, kemudian kembali meningkat pada Triwulan II dan pada tahun 2019 harga saham PT Fast Food Indonesia Tbk mencapai nilai Rp 2.910 per lembar saham. Pada Triwulan II dan III tahun 2020 harga saham menurun, dengan harga tertinggi sebesar Rp 950 per lembar saham untuk Triwulan III. Kemudian harga saham kembali meningkat pada Triwulan IV tahun 2020. Hal tersebut juga terjadi pada tahun 2021, dimana harga saham menurun pada Triwulan II dan III, kemudian kembali meningkat pada Triwulan IV tahun 2021.

Tabel 1
Perkembangan Harga Saham PT Fast Food Indonesia Tbk Tahun 2018-2021

Tahun	Triwulan	Harga Saham (Rp)
2021	I	1,035
	II	1,060
	III	960
	IV	1,080
2020	I	2,600
	II	1,150
	III	950
	IV	1,300
2019	I	1,900
	II	2,910
	III	2,870
	IV	2,910

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.

Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, dan tujuan lain yang wajar tanpa izin IBIKKG.

Penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2018	I	1,400
	II	1,545
	III	1,800
	IV	1,945

Sumber: kfcku.com/annual-report

Beberapa faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya adalah *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *intellectual capital*. *Leverage* mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi semua kewajiban keuangannya. Dalam penelitian ini *leverage* diproksikan dengan rasio DER (*Debt to Equity Ratio*). DER merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan melunasi utang dengan modal yang dimiliki.

Semakin kecil nilai DER (dibawah nilai 1 atau 100%), maka semakin kecil risiko investasi yang ditanggung dan semakin besar laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga nilai perusahaan akan meningkat dan dapat menarik minat investor dalam menanamkan modal. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Muharramah & Hakim (2021) yang mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Permana & Rahyuda (2019) dan penelitian Wijaya *et al.* (2021). Namun, berdasarkan penelitian Suwardika & Mustanda (2017) *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga didapat dalam penelitian yang dilakukan Putri & Miftah (2021) dan Pratama & Wiksuana (2016).

Profitabilitas menurut Brigham & Houston (2018) adalah sekelompok rasio yang menunjukkan pengaruh kombinasi likuiditas, manajemen aset, dan utang atas hasil operasi. Rasio profitabilitas digunakan untuk dapat mengukur kemampuan dari perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (Wijaya *et al.*, 2021). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menarik minat investor untuk berinvestasi, sehingga perusahaan mendapatkan nilai tambah dalam pandangan investor.

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan dengan rasio ROE (*Return on Equity*). ROE menunjukkan seberapa baiknya suatu perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham perusahaan. Semakin besar ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak semakin baik yang berarti keuntungan yang didapat para pemegang saham akan semakin meningkat, sehingga reputasi perusahaan meningkat yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutammimah (2019), yang menunjukkan bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring & Trisnawati (2019) dan penelitian milik Rivandi (2018), yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tetapi dalam penelitian Anggraini & Hidayat (2021) profitabilitas menunjukkan pengaruh yang negatif pada nilai perusahaan. Dalam penelitian Kolamban *et al.* (2020) dan Rahayu & Sari (2018) juga mendapatkan hasil profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan memberikan gambaran besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan adalah gambaran total aset yang dimiliki perusahaan, hal ini berarti ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset perusahaan. Penelitian ini menggunakan proksi logaritma natural (ln) dari total aset perusahaan, dimana total aset menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Logaritma natural digunakan agar tidak terdapat selisih total aktiva masing-masing perusahaan dalam jumlah yang besar.

Semakin besar total aset perusahaan, maka pihak manajemen perusahaan dapat lebih mudah mempergunakan aset-aset tersebut dalam mengendalikan perusahaan. Selain itu, semakin mudah bagi perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan. Hal ini memberikan nilai tambah oleh investor bagi perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Kalsum (2017) di mana ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian ini sejalan dengan Sembiring & Trisnawati (2019) dan Anggraini & Hidayat (2021) yang membuktikan terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Namun sebaliknya, menurut Suwardika & Mustanda (2017) ukuran perusahaan tidak berpengaruh

© Hak Cipta Ditugaskan kepada Kwik Kian Gie School of Business

1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi dari buku ini untuk tujuan komersial atau untuk dipublikasikan kembali.
a. Pengutipan untuk tujuan pendidikan atau penelitian, pemrosesan informasi, dan penyediaan informasi di internet, digalakkan dengan mencantumkan sumber.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Dahar *et al.* (2019) dan Indriyani (2017) juga membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Intellectual capital atau modal intelektual menurut Stewart (1997) adalah materi pengetahuan, informasi, hak pemilikan intelektual, dan pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan. *Intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud yang dapat memberikan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga perusahaan memiliki nilai tambah untuk mencapai tujuan perusahaan. *Intellectual capital* dapat diukur dengan metode VAIC™ yang dikembangkan oleh Pulic (2000). Metode ini digunakan untuk mengukur efisiensi *intellectual capital* dalam menciptakan nilai berdasarkan pada hubungan 3 komponen utama yaitu *human capital*, *capital employed*, dan *structural capital*.

VAIC™ menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memberdayakan modal intelektualnya, sehingga semakin tinggi VAIC™ maka investor akan memberikan nilai tambah pada perusahaan, sehingga nilai perusahaan semakin meningkat. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Rochmah & Priyadi (2018) yang mendapatkan hasil bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga didapat oleh Putri & Miftah (2021) dan Sawitri & Wahyuni (2021). Hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Wulandari *et al.* (2018), dan Riadi & Surjadi (2021) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Batasan Masalah

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Rumusan Masalah

Dari beberapa studi empirik yang terdapat perbedaan hasil dan berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?”

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ditentukan berdasarkan uraian latar belakang adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Agency Theory

Agency theory yang pertama kali dicetuskan oleh Jensen & Meckling (1976) menyatakan bahwa hubungan keagenan adalah “*a contract under which one or more persons (the principal(s)) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent*”. Dengan kata lain, hubungan keagenan adalah hubungan dimana agen mendapatkan wewenang untuk menentukan langkah pengambilan keputusan untuk kepentingan *principal*. Dalam hal ini, *principal* (pemilik) mempekerjakan agen (manajer) sebagai tenaga ahli untuk mengelola kegiatan operasional perusahaan, dengan harapan agar pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh tenaga yang profesional perusahaan dapat bertahan dalam persaingan, dan kinerja perusahaan dapat meningkat.

Selanjutnya dalam dalam artikelnya, Jensen & Meckling (1976) menjelaskan bahwa dalam sebagian besar hubungan keagenan, *principal* dan agen akan menyepakati proses *monitoring* atau pemantauan, dan biaya perikatan. Selain itu, akan terdapat konflik atas perbedaan antara keputusan *principal* dengan keputusan agen, yang dapat menimbulkan kerugian atau biaya keagenan. Untuk menghindari biaya keagenan dan timbulnya

masalah keagenan, maka harus dilakukan pemantauan agen oleh *principal* sehingga masing-masing pihak dapat mencapai kepentingannya secara adil. Hal ini menjelaskan bahwa untuk meningkatkan nilai perusahaan, agen melalui tanggung jawabnya terhadap *principal* harus menjaga dan meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, melalui pemantauan yang efektif, nilai perusahaan dapat meningkat.

Signalling Theory

Signalling theory menurut Spence (1973) dalam artikelnya menjelaskan bahwa isyarat atau sinyal yang diberikan oleh pihak pengirim (pemilik informasi) dalam bentuk informasi yang relevan, yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Teori persinyalan menekankan pada pentingnya informasi yang diterbitkan oleh perusahaan yang akan memberikan sinyal bagi investor atau pihak eksternal perusahaan dalam menentukan keputusan untuk berinvestasi.

Informasi yang diterima oleh investor akan dianalisis apakah sinyal tersebut merupakan sinyal positif atau sinyal negatif, kemudian investor akan memberikan respon. Sinyal yang diterima investor dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika perusahaan mendapatkan respon positif atas sinyal yang diberikan, investor tertarik untuk berinvestasi, hal ini menandakan bahwa perusahaan memiliki nilai yang baik, dan dianggap memiliki prospek yang baik.

Beberapa informasi yang dipublikasi oleh perusahaan adalah laporan keuangan dan laporan tahunan. Melalui laporan tahunan dan laporan keuangan, perusahaan mengungkapkan informasi-informasi yang relevan dan dianggap penting bagi investor.

Resource-Based Theory

Teori *resource-based* menyatakan bahwa perusahaan memiliki *resource* (sumber daya) yang dapat menjadi keunggulan kompetitif perusahaan dan mampu menuntun perusahaan untuk mencapai kinerja jangka panjang yang baik (Ulum, 2020). Sumber daya yang dimiliki perusahaan diarahkan sehingga menjadi suatu keunggulan bagi perusahaan dalam bersaing.

Melalui peningkatan keunggulan kompetitif perusahaan dapat memaksimalkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang maksimal dapat meningkatkan nilai perusahaannya, yang dicerminkan oleh harga saham. Harga saham perusahaan yang semakin tinggi menandakan bahwa pengelolaan sumber daya yang dimiliki perusahaan dilakukan dengan sangat baik.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Sujoko & Soebiantoro (2007) adalah pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dihubungkan dengan harga saham perusahaan. Perusahaan yang terdaftar dalam pasar modal dan melakukan transaksi jual beli saham dalam bursa merupakan salah satu indikator nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan menandakan nilai perusahaan yang semakin meningkat, dan kemakmuran para pemegang saham juga akan semakin meningkat.

Nilai perusahaan yang semakin tinggi maka akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, salah satu tujuan perusahaan adalah memperoleh peningkatan nilai perusahaan, selain untuk meningkatkan reputasi perusahaan, tetapi juga untuk kelangsungan hidup perusahaan ke depan. Hal ini berarti dalam pengambilan keputusan finansial, semua keputusan yang diambil harus dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

Leverage

Perusahaan memerlukan modal atau dana dalam jumlah yang besar untuk beroperasi dan agar dapat bertahan hidup. Untuk memperoleh dana lebih, perusahaan dapat menggunakan utang baik jangka pendek maupun jangka panjang sebagai modal untuk memperoleh keuntungan. Menurut Rahayu & Sari (2018) penggunaan utang sebagai sumber pendanaan memiliki keuntungan, dan kerugian. Keuntungannya adalah pembayaran bunga pinjaman pajak dapat digunakan sebagai pengurang pajak. Sementara kerugian dari penggunaan utang sebagai sumber pendanaan berhubungan dengan timbulnya biaya keagenan dan biaya kepailitan. Peningkatan utang dianggap sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban

perusahaan yang merespon positif oleh pasar. Namun penggunaan utang yang berlebihan atau terlalu banyak, dapat mengakibatkan penurunan laba, dan meningkatkan risiko investasi perusahaan.

Kasmir (2021) menyatakan bahwa *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayarkan seluruh kewajibannya (baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang). Menurut Muharramah & Hakim (2021) *leverage* adalah risiko keuangan yang dipakai untuk mengukur pendanaan perusahaan yang berasal dari penggunaan utang. Menurut Putri & Miftah (2021) *leverage* adalah penaksir risiko yang melekat pada perusahaan, yang berarti semakin tinggi nilai rasio *leverage* menunjukkan risiko investasi yang semakin tinggi juga.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2021). Menurut Brigham & Houston (2018) profitabilitas menunjukkan pengaruh kombinasi likuiditas, manajemen aset, dan utang atas hasil operasi. Profitabilitas juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas kinerja manajemen perusahaan.

Rasio profitabilitas juga menunjukkan tingkat efektivitas manajemen perusahaan (Kasmir, 2021). Hal tersebut ditunjukkan melalui laba yang dihasilkan oleh perusahaan dari penjualan dan pendapatan investasi. Perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang baik menunjukkan kinerja perusahaan yang baik.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan (Rahayu & Sari, 2018). Perusahaan dengan jumlah total aset atau aset yang besar menggambarkan bahwa perusahaan sudah dalam tahap dewasa. Hal ini berarti perusahaan memiliki arus kas yang positif, dan dapat memberikan prospek usaha yang menguntungkan. Ukuran perusahaan yang tinggi berkaitan dengan keputusan pendanaan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang besar cenderung lebih mudah untuk mendapatkan akses ke dalam pasar modal. Menurut Prama & Mustanda (2016), umumnya perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih mudah untuk mendapat kepercayaan dari pihak kreditor untuk mendapatkan sumber pendanaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena perusahaan bisa mendapatkan akses ke dalam pasar modal dengan mudah, kesempatan perusahaan untuk mendapatkan pendanaan dari investor lebih tinggi.

Intellectual Capital

Stewart (1997) dalam bukunya mendefinisikan *intellectual capital* atau modal intelektual sebagai “jumlah semua yang diketahui semua orang dalam perusahaan yang memberikan keunggulan kompetitif di pasar. Hal itu adalah materi intelektual – pengetahuan, informasi, properti intelektual, pengalaman – yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan”. Sedangkan menurut Williams (2001), *intellectual capital* adalah peningkatan nilai dari suatu bentuk yang diatribusikan pada aset, umumnya bersifat tak berwujud, yang dihasilkan dari fungsi organisasi, proses dan jaringan teknologi informasi perusahaan, kompetensi dan efisiensi karyawan, dan hubungan dengan pelanggan. *Intellectual capital* sering didefinisikan sebagai sumber daya pengetahuan dalam bentuk karyawan, pelanggan, proses atau teknologi yang dapat digunakan perusahaan dalam proses penciptaan nilai bagi perusahaan.

International Federation of Accountants mengklasifikasikan *intellectual capital* dalam tiga kategori, yaitu:

a. *Organizational Capital*

Meliputi:

- i) Properti Intelektual (Paten, hak cipta, hak desain, rahasia dagang, merek dagang, *service marks*)
- ii) Aset Infrastruktur (Filosofi manajemen, budaya perusahaan, proses manajemen, sistem informasi, sistem jaringan, hubungan keuangan)

b. *Relational Capital* (Merek, pelanggan, kesetiaan pelanggan, pesanan simpanan, saluran distribusi, kolaborasi bisnis, perijinan lisensi, kontrak yang menguntungkan, perjanjian waralaba).



- c. **Human Capital** (Pengetahuan, Pendidikan, kualifikasi kejuruan, pengetahuan yang berkaitan dengan pekerjaan, kompetensi yang berkaitan dengan pekerjaan, semangat kewirausahaan, inovasi, kemampuan proaktif dan reaktif, kemampuan beradaptasi, penilaian psikometrik).

Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan menggunakan utang sebagai salah satu sumber modal atau pendanaan dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan. Penggunaan utang sebagai sumber pendanaan dapat menjadi nilai positif bagi perusahaan, karena menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban. Namun, penggunaan utang secara berlebihan dapat berakibat pada penurunan laba dan peningkatan risiko investasi perusahaan.

Leverage menunjukkan seberapa banyak kegiatan operasional perusahaan dibiayai oleh utang. Semakin tinggi rasio *leverage* perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan butuh dana untuk kegiatan operasionalnya. Pembiayaan perusahaan dengan menggunakan utang dalam jumlah yang besar tidak baik, karena laba perusahaan akan mengalami penurunan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi nilai rasio *leverage* semakin merugikan. Hal ini berakibat terhadap risiko investasi yang semakin tinggi. Sebaliknya, ketika nilai rasio *leverage* perusahaan semakin rendah, maka risiko investasi perusahaan semakin rendah sehingga dapat menarik minat investor dan memberikan nilai tambah kepada perusahaan, sehingga menandakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal-hal tersebut didukung penelitian Permana & Rahyuda (2019) dan Muharramah & Hakim (2021) juga Wijaya *et al.* (2021), yang mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Investor cenderung memilih perusahaan yang memiliki kinerja perusahaan yang baik. Perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang baik menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, sehingga perusahaan dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya. Profitabilitas dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas kinerja manajemen perusahaan.

Perusahaan dengan nilai rasio profitabilitas yang tinggi dapat memberikan sinyal kepada pasar dan/atau investor. Sinyal ini menandakan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan dianggap menguntungkan. Hal ini dapat menarik respon positif investor dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi (2018), Mutammimah (2019), dan Sembiring & Trisnawati (2019) yang memperoleh hasil yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menandakan bahwa perusahaan tersebut berada pada tahap kedewasaan di mana arus kas perusahaan tersebut positif, sehingga menunjukkan prospek perusahaan yang bagus. Ukuran perusahaan yang besar akan mempermudah perusahaan untuk mendapat akses masuk ke dalam pasar modal. Selain itu perusahaan mendapatkan kepercayaan dari pihak kreditur untuk mendapatkan sumber pendanaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

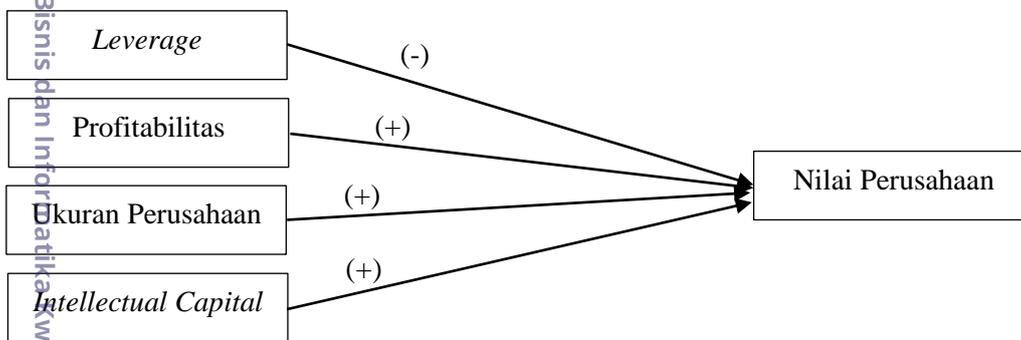
Ukuran perusahaan yang tinggi dapat menjadi sinyal bagi para investor, yang menandakan bahwa perusahaan mengalami peningkatan. Hal-hal tersebut akan mempermudah perusahaan untuk mendapat reaksi positif dari investor, dan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan kata lain, dalam hal ini ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian milik Kalsum (2017) dan Sembiring & Trisnawati (2019) yang mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah yang positif hasil yang sama juga diperoleh Anggraini & Hidayat (2021) dalam penelitiannya.



4. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Intellectual capital adalah aset tak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan. Aset-aset tersebut merupakan sumber daya perusahaan, yang dimanfaatkan demi kepentingan perusahaan. Sumber daya tersebut diarahkan dan diolah sehingga menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan untuk bersaing dalam dunia usaha. Pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya yang baik juga menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja perusahaan yang baik juga. Hal-hal tersebut dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dalam pandangan investor. Peningkatan nilai tambah tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan, dan dapat menarik minat investor dalam berinvestasi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Rochmah & Priyadi (2018) yang memperoleh hasil bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut juga sejalan dengan hasil yang didapat Putri & Miftah (2021) dan Sawitri & Wahyuni (2021).

Gambar 2
Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- Ha1: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan
- Ha2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
- Ha3: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- Ha4: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar pada sektor barang konsumen non-primer Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*.

Tabel 2
Proses Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Jumlah perusahaan pada sektor barang konsumen non-primer	138
Perusahaan yang terdaftar pada sektor barang konsumen non-primer setelah tahun 2016	(55)
Perusahaan yang mengalami <i>delisting</i> selama periode 2017-2021	(0)
Perusahaan yang laporan keuangannya tidak lengkap	(16)
Perusahaan yang mengalami rugi selama periode 2017-2021	(49)
Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah	(2)
Jumlah perusahaan yang menjadi sampel	14
Periode penelitian	5
Jumlah unit penelitian	14 × 5 = 70

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Copyright © 2021. All rights reserved.



Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Dependen

Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dihubungkan dengan harga saham perusahaan (Sujoko & Soebiantoro, 2007). Nilai perusahaan dicerminkan oleh harga saham perusahaan, selain itu dapat juga dihitung dengan menggunakan rasio P/E, rasio M/B, dan Tobin's Q. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diproksikan dengan rasio nilai pasar terhadap nilai buku (*market/book (M/B) ratio* atau *price-to-book value (PBV)*). PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2018) perhitungan PBV adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{BVPS}$$

Dimana:

$$BVPS = \frac{\text{Ekuitas saham biasa}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

Keterangan:

BVPS = Book Value Per Share (nilai buku per lembar saham)

Penggunaan rasio PBV sebagai proksi dari nilai perusahaan, karena mencerminkan bagaimana penilaian para investor dalam memandang perusahaan. Selain itu PBV dianggap dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari suatu perusahaan, hal ini karena perhitungan dilihat dari sisi modal yang dimiliki oleh perusahaan.

2. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

a. Leverage

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajibannya (jangka panjang dan jangka pendek). Dalam penelitian ini digunakan DER (*Debt-to-Equity Ratio*) sebagai proksi pengukuran *leverage*. Rasio DER adalah rasio yang digunakan untuk mengukur proporsi dari total kewajiban dan ekuitas saham yang digunakan untuk membiayai total aset perusahaan (Gitman & Zutter, 2015). Investor cenderung menghindari perusahaan dengan rasio DER yang tinggi, karena menunjukkan bahwa tingkat ketergantungan pendanaan yang tinggi terhadap pihak eksternal perusahaan, sehingga beban dan kewajiban yang dimiliki perusahaan akan semakin tinggi. Rumus DER menurut Gitman & Zutter (2015) adalah:

$$DER = \frac{\text{Total liabilities}}{\text{Total equity}}$$

Penggunaan DER untuk menghitung *leverage*, karena DER mencerminkan kemampuan perusahaan dalam pembayaran kewajiban perusahaan, dan menunjukkan bagaimana pengelolaan aset perusahaan yang didanai oleh utang.

b. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu. Perusahaan yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba yang baik, menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Dalam penelitian ini, digunakan ROE untuk mengukur rasio profitabilitas. Menurut Brigham & Houston (2018) ROE merupakan rasio laba terhadap ekuitas, dan cara menghitungnya adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba neto}}{\text{Ekuitas saham biasa}}$$

Penggunaan ROE sebagai perhitungan profitabilitas, karena ROE menggambarkan tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham, dan ROE menunjukkan seberapa baik investasi tersebut dari pandangan akuntansi.



c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran dari total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Jumlah total aset yang besar menandakan bahwa perusahaan sudah berada pada tahap dewasa, yang menandakan bahwa perusahaan memiliki arus kas yang positif. Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan menggunakan kriteria usaha menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, namun dalam penelitian ini ukuran perusahaan diprosksikan dengan rumus logaritma natural dari total aset perusahaan. Menurut Utomo *et al.* (2016) rumus ukuran perusahaan adalah:

$$SIZE = \ln (Total\ aset)$$

Rumus tersebut digunakan untuk menghindari fluktuasi dan selisih yang berlebih dari total aset perusahaan yang berbeda-beda. Ada perusahaan memiliki total aset dalam jumlah ratusan juta, dan ada perusahaan yang memiliki total aset perusahaan dalam jumlah miliar bahkan triliun. Oleh karena itu digunakan logaritma natural dari total aset masing-masing perusahaan.

d. Intellectual Capital

Intellectual capital adalah aset tidak berwujud, seperti ilmu pengetahuan, informasi, teknologi, keterampilan, pengalaman, dan hak milik yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Pengukuran kinerja *intellectual capital* digunakan rumus yang dikembangkan oleh Pulic (2000), yaitu VAICTM (*Value Added Intellectual Capital*). Untuk mengukur VAICTM, digunakan rumus:

$$VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$$

Dimana:

$$VA = OUT - IN$$

VA = *Value added*

OUT = Total penjualan/pendapatan dan pendapatan lainnya

IN = Semua beban kecuali beban karyawan

$$VACA = \frac{VA}{CE}$$

VACA = *Value Added Capital Employed*

CE = *Capital Employed*: ekuitas, laba bersih

$$VAHU = \frac{VA}{HC}$$

VAHU = *Value Added Human Capital*

HC = *Human Capital*: total gaji dan upah; beban karyawan

$$STVA = \frac{SC}{VA}$$

STVA = *Structural Capital Value Added*

SC = *Structural Capital*: VA – HC

VAICTM digunakan sebagai proksi *intellectual capital*, karena VAICTM mengukur dampak dari pengelolaan *intellectual capital*, dan menyajikan informasi mengenai efisiensi penciptaan nilai dari aset berwujud dan aset tak berwujud.

Teknik Analisis

1. Analisis Statistik Deskriptif

Dilihat dari *mean* (nilai rata-rata), *minimum* (nilai terendah), *maximum* (nilai tertinggi), dan standar deviasi.

2. Uji *Pooling* Data

Pooling data adalah penggabungan data *timeseries* dan data *cross-sectional*. *Pooling* data dilakukan mengetahui apakah data yang digunakan dapat di-*pool* (dapat dipakai) atau tidak dapat di-*pool*. *Pooling* data dilakukan dengan menggunakan variabel *dummy*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan menunjukkan arah variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2021).

5. Uji Hipotesis

Uji statistik F, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 3
Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Leverage	70	0.0713	2.7547	0.635661	0.6384544
Profitabilitas	70	0.0040	0.8294	0.122681	0.1259101
Ukuran Perusahaan	70	26.3147	31.0622	28.951560	1.2811108
Intellectual Capital	70	1.8824	43.8871	13.169313	11.3213064
Nilai Perusahaan	70	0.2627	12.0069	2.393370	2.8161029

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa:

1. Leverage (DER) memiliki nilai rata-rata sebesar 0.635661, dengan nilai terendah 0.0713, nilai tertinggi 2.7547, dan standar deviasi sebesar 0.6384544.
2. Profitabilitas (ROE) memiliki nilai rata-rata sebesar 0.122681, dengan nilai terendah 0.0040, nilai tertinggi 0.8294, dan standar deviasi sebesar 0.1259101.
3. Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki nilai rata-rata sebesar 28.951560, dengan nilai terendah 26.3147, nilai tertinggi 31.0622, dan standar deviasi sebesar 1.2811108.
4. Intellectual Capital (VAIC) memiliki nilai rata-rata sebesar 13.169313, dengan nilai terendah 1.8824, nilai tertinggi 43.8871, dan standar deviasi sebesar 11.3213064.
5. Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai rata-rata sebesar 2.393370, dengan nilai terendah 0.2627, nilai tertinggi 12.0069, dan standar deviasi sebesar 2.8161029.

Hasil Pengujian

Tabel 4
Hasil Output SPSS

Pengujian		Hasil	Keterangan
Uji Pooling Data		Sig. > 0.05	Lolos Uji Pooling
Uji Asumsi Klasik			
Uji Normalitas	Unstandardized Residual	0.068	Lolos Uji Normalitas
Uji Heteroskedastisitas	Leverage	0.465	Lolos Uji Heteroskedastisitas
	Profitabilitas	0.063	Lolos Uji Heteroskedastisitas
	Ukuran Perusahaan	0.192	Lolos Uji Heteroskedastisitas
	Intellectual Capital	0.530	Lolos Uji Heteroskedastisitas
Uji Multikolinearitas	Leverage	Tolerance = 0.621	Lolos Uji Multikolinearitas
		VIF = 1.610	
	Profitabilitas	Tolerance = 0.917	Lolos Uji Multikolinearitas
		VIF = 1.090	
Ukuran Perusahaan	Tolerance = 0.837	Lolos Uji Multikolinearitas	
	VIF = 1.195		

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hal Cipta Dilindungi Undang-undang. Pengecualian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Pengecualian ini tidak mengizinkan untuk diperjualbelikan atau untuk publikasi elektronik.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



	<i>Intellectual Capital</i>	Tolerance = 0.570 VIF = 1.754	Lolos Uji Multikolinearitas
Uji Autokorelasi		1.791	Lolos Uji Autokorelasi
Regresi Linear Berganda	Constant	-2.064	
	<i>Leverage</i>	0.021	
	Profitabilitas	0.443	
	Ukuran Perusahaan	1.629	
	<i>Intellectual Capital</i>	0.369	
Uji Hipotesis			
Uji Statistik F	Regression	F = 9.655 Sig. = 0.000	
Uji t (Sig./2)	<i>Leverage</i>	0.436	Tidak tolak H0
	Profitabilitas	0.000	Tolak H0
	Ukuran Perusahaan	0.228	Tidak tolak H0
	<i>Intellectual Capital</i>	0.0805	Tidak tolak H0
Uji Koefisien Determinasi (R ²)	Model 1	0.373	

1. Uji Kesamaan Koefisien

Hasil uji *pooling* yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai Sig. dari setiap variabel yang diuji lebih besar dari 0.05, sehingga data dapat dinyatakan lolos uji *pooling*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan Tabel 4 nilai Asymp. Sig. (2-tailed). Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh adalah sebesar $0.068 > 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil:

- Leverage* memiliki nilai Sig. $0.465 > 0.05$, maka dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- Profitabilitas memiliki nilai Sig. $0.063 > 0.05$, maka dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- Ukuran Perusahaan memiliki nilai Sig. $0.192 > 0.05$, maka dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- Intellectual Capital* memiliki nilai Sig. $0.530 > 0.05$, maka dapat diartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil:

- Leverage* memiliki nilai *tolerance* $0.621 > 0.10$, dan nilai VIF $1.610 < 10$, maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas.
- Profitabilitas memiliki nilai *tolerance* $0.917 > 0.10$, dan nilai VIF $1.090 < 10$, maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas
- Ukuran Perusahaan memiliki nilai *tolerance* $0.837 > 0.10$, dan nilai VIF $1.195 < 10$, maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas.
- Intellectual Capital* memiliki nilai *tolerance* $0.570 > 0.10$, dan nilai VIF $1.754 < 10$, maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas.



d. Uji Autokorelasi

Pengambilan keputusan dalam uji ini digunakan nilai bantu yang diperoleh dari tabel Durbin-Watson. Nilai bantu tersebut adalah dU, dengan ukuran sampel (n) sebesar 70 sampel, dan jumlah variabel (k) sebanyak 5 variabel.

$$n = 70$$

$$k = 5$$

$$\alpha = 0.05$$

$$d = 1.791$$

$$dU = 1.7683$$

$$4 - dU = 4 - 1.7683 = 2.2317$$

$$dU < d < 4 - dU$$

$$1.7683 < 1.791 < 2.2317$$

Berdasarkan tabel di atas nilai Durbin Watson yang diperoleh adalah sebesar 1.791. Nilai ini berada diantara nilai dU (1.7683) dan $4 - dU$ (2.2317). Maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, persamaan regresi yang diperoleh sebagai berikut:

$$PBV = -2.064 + 0.021DER + 0.443ROE + 1.629SIZE + 0.369VAIC$$

Dari persamaan regresi di atas, dapat diungkapkan:

1. Konstanta dari persamaan regresi linear tersebut sebesar -2.064. Hal ini menjelaskan bahwa jika *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Intellectual Capital* bernilai nol (0), maka Nilai Perusahaan sebesar -2.064. Hasil olah data yang dilakukan masing-masing variabel independen adalah *Leverage* sebesar 0.021, Profitabilitas sebesar 0.443, Ukuran Perusahaan sebesar 1.629, dan *Intellectual Capital* sebesar 0.369.
2. Nilai koefisien *Leverage* adalah sebesar 0.021. Artinya, jika *Leverage* naik satu satuan dengan menganggap variabel independen lainnya bernilai 0, maka Nilai Perusahaan akan naik sebesar 0.021.
3. Nilai koefisien Profitabilitas adalah sebesar 0.443. Artinya, jika Profitabilitas naik satu satuan dengan menganggap variabel independen lainnya bernilai 0, maka Nilai Perusahaan akan naik sebesar 0.443.
4. Nilai koefisien Ukuran Perusahaan adalah sebesar 1.629. Artinya, jika Ukuran Perusahaan naik satu satuan dengan menganggap variabel independen lainnya bernilai 0, maka PBV akan naik sebesar 1.629.
5. Nilai koefisien *Intellectual Capital* adalah sebesar 0.369. Artinya, jika *Intellectual Capital* naik satu satuan dengan menganggap variabel independen lainnya bernilai 0, maka Nilai Perusahaan akan naik sebesar 0.369.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik F

Tabel 4 menunjukkan nilai F hitung sebesar 1.961, dengan nilai Sig. $0.000 < 0.05$, dengan nilai F hitung $9.655 > F$ tabel 2.36. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian dapat dilakukan uji lanjutan.

b. Uji t

Dari Tabel 4 menunjukkan hasil pengujian dari uji t sebagai berikut:

- a. *Leverage* memiliki nilai signifikan (Sig./2) $0.436 > 0.05$, maka tidak tolak H_0 . Sedangkan nilai koefisien beta sebesar 0.021. Artinya, *Leverage* berpengaruh tidak signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan.



- b. Profitabilitas memiliki nilai signifikan (Sig./2) $0.000 < 0.05$, maka tolak H_0 . Sedangkan nilai koefisien beta sebesar 0.443. Artinya, Profitabilitas berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikan (Sig./2) $0.228 > 0.05$, maka tidak tolak H_0 . Sedangkan nilai koefisien beta sebesar 1.629. Artinya, Ukuran Perusahaan berpengaruh tidak signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan.
- d. *Intellectual Capital* memiliki nilai signifikan (Sig./2) $0.0805 > 0.05$, maka tidak tolak H_0 . Sedangkan nilai koefisien beta sebesar 0.369. Artinya, *Intellectual Capital* berpengaruh tidak signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat dilihat nilai *R Square* sebesar 0.373. Artinya, sebesar 37.3% variabel independen Nilai Perusahaan, dipengaruhi oleh variabel dependen Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Intellectual Capital*. Sementara sisanya sebesar 62.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan adalah *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.10, nilai signifikan (Sig./2) yang dimiliki oleh *Leverage* adalah sebesar 0.436. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan derajat kepercayaan, yaitu sebesar 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai koefisien beta yang diperoleh sebesar 0.021. Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* memiliki arah pengaruh yang positif terhadap Nilai perusahaan. Sebelumnya telah dijelaskan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan, karena semakin tinggi nilai *Leverage* suatu perusahaan, menandakan bahwa perusahaan membutuhkan dana yang bersumber dari utang. Sehingga, semakin tinggi nilai *Leverage* semakin tinggi pula risiko investasi dalam suatu perusahaan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwardika & Mustanda (2017). Hasil yang sama juga didapat oleh Putri & Miftah (2021), dan Pratama & Wiksuana (2016) dalam penelitian mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan utang sebagai sumber pendanaan oleh perusahaan dianggap sebagai sinyal positif bagi para investor, karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya. Penggunaan dan pengelolaan utang yang baik dianggap sebagai suatu kesempatan bagi perusahaan untuk berkembang, yang memberikan kesempatan bagi investor untuk menerima tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi dengan tidak mengurangi proporsi kepemilikan investor terhadap perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua yang diajukan adalah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.10, nilai signifikan (Sig./2) yang dimiliki oleh Profitabilitas adalah sebesar 0.000. Nilai tersebut lebih kecil dibandingkan dengan derajat kepercayaan, yaitu sebesar 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai koefisien beta yang diperoleh sebesar 0.443. Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas memiliki arah pengaruh yang positif terhadap Nilai perusahaan. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutammimah (2019), dan Sembiring & Trisnawati (2019). Hasil yang positif juga didapat oleh Rivandi (2018). Profitabilitas, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, dan dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas kinerja manajemen suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai Profitabilitas suatu perusahaan menandakan bahwa jumlah laba dan efektivitas kinerja manajemen perusahaan semakin tinggi. Dengan tingkat laba dan efektifitas manajemen yang tinggi, dapat



mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan arah yang positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi Profitabilitas, maka Nilai Perusahaan akan semakin meningkat.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

1. Hipotesis ketiga yang diajukan adalah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.10, nilai signifikan (Sig./2) yang dimiliki oleh Ukuran Perusahaan adalah sebesar 0.228. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan derajat kepercayaan, yaitu sebesar 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai koefisien beta yang diperoleh sebesar 1.629. Hal ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki arah pengaruh yang negatif terhadap Nilai perusahaan. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Angraini & Hidayat (2021). Hasil yang sama juga didapat oleh Sembiring & Trishawati (2019) dan Kalsum (2017). Ukuran Perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan berada dalam tahap dewasa, dan dapat membantu perusahaan lebih mudah untuk mendapat akses ke dalam pasar modal. Ukuran Perusahaan yang tinggi juga dapat membuat perusahaan lebih mudah mendapatkan sinyal positif dari pihak investor. Semakin tinggi nilai Ukuran Perusahaan, maka nilai tambah perusahaan akan meningkat, karena perusahaan dapat lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari investor. Sehingga, dapat diartikan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

4. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis keempat yang diajukan adalah *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.10, nilai signifikan (Sig./2) yang dimiliki oleh *Intellectual Capital* adalah sebesar 0.0805. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan derajat kepercayaan, yaitu sebesar 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai koefisien beta diperoleh sebesar 0.369. Hal ini menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* memiliki arah pengaruh yang positif terhadap Nilai perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rochmah & Priyadi (2018), dan Putri & Miftah (2021). Hasil tersebut juga sejalan dengan hasil yang diperoleh Sawitri & Wahyuni (2021). Pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya perusahaan seperti ilmu pengetahuan, teknologi, pengalaman, dan informasi secara baik dapat menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Keunggulan kompetitif perusahaan dapat membantu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan kompetitor. Selain itu, pengelolaan sumber daya yang baik menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Hal-hal tersebut memberikan nilai tambah bagi perusahaan, sehingga Nilai Perusahaan akan meningkat.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji data penelitian, dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka peneliti menarik kesimpulan tidak terdapat cukup bukti bahwa *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan, terdapat cukup bukti bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Saran

Karena adanya keterbatasan dan kekurangan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Bagi investor disarankan untuk lebih mempertimbangkan rasio-rasio keuangan dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan.
2. Bagi perusahaan disarankan untuk mengelola keuangan dan sumber daya dengan lebih baik, agar dapat memaksimalkan kinerja manajemen, dan dapat meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan.



3. Bagi peneliti selanjutnya:

- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah atau memilih periode waktu penelitian yang berbeda, agar dapat diketahui apakah terdapat perbedaan hasil penelitian dalam periode penelitian tersebut.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti sektor lain, seperti sektor barang konsumsi primer atau sektor aneka industri agar dapat mengetahui perbedaan karakteristik dengan sektor perusahaan lainnya, dan untuk mengetahui kaitannya dengan variabel-variabel yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.
- c. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan proksi nilai perusahaan yang berbeda agar dapat diketahui apakah terdapat perbedaan hasil antara proksi yang digunakan dalam penelitian ini dengan penelitian selanjutnya, seperti DAR untuk *Leverage*, ROA untuk Profitabilitas, atau Tobin's Q untuk Nilai Perusahaan.
- d. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen yang diduga dapat mempengaruhi variabel dependen, seperti Pertumbuhan Perusahaan atau Kepemilikan Manajerial, sehingga dapat memberikan informasi dan penjelasan yang lebih dalam mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R., & Hidayat, I. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Tukar terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1–18.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (14th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Dahar, R., Yanti, N. S. P., & Rahmi, F. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan Property and Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 21(1), 121–132.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. Z. (2015). *Principles of Managerial Finance* (Global Edi). Harlow: Pearson Education Limited.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- 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.
- Kasum, U. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Kinerja Keuangan dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia BEI. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 8(1), 130–137. Retrieved from <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/akuntansibisnisdanpublik/article/view/133>
- Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan* (Revisi). Depok: Rajawali Pers.
- Kolamban, D. V., Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 174–183.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *PROSIDING Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember*, 569–576. Retrieved from <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PSNCFEB/article/view/5210>
- Mutammimah. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2013-2017). *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 9(2), 93–107.
- Permana, A. A. N. B. A., & Rahyuda, H. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Slvabilitas, Likuiditas, dan inflasi terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1577–1607.

- Pramana, I. G. N. A. D., & Mustanda, I. K. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 561–594.
- Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, i G. B. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338–1367.
- Pulic, A. (2000). VAIC™ – An Accounting Tool for Intellectual Capital Management. *International Journal Technology Management*, 20(5/6/7/8), 702–714.
- Putri, A. S., & Miftah, D. (2021). Pengaruh Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2(2), 259–277.
- Quddus, G. G. (2016). Pengelola gerai KFC akan rilis obligasi RP 200 M. Retrieved March 5, 2022, from KONTAN.CO.ID website: [https://investasi.kontan.co.id/news/pengelola-gerai-kfc-akan-rilis-obligasi-
rp-200-m](https://investasi.kontan.co.id/news/pengelola-gerai-kfc-akan-rilis-obligasi-rp-200-m)
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *IKRAITH-HUMANIORA*, 2(2), 69–76.
- Riadi, R., & Surjadi, L. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Modal Intelektual Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 228–237. Retrieved from <https://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/11507>
- Rivandi, M. (2018). Pengaruh Intellectual Capital disclosure, Kinerja Keuangan, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pundi*, 2(1), 41–54.
- Rochmah, A., & Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Modal Intelektual, Struktur Kepemilikan, dan kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(3), 1–18.
- Sawitri, N. K. U., & Wahyuni, M. A. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan. *JIMAT (Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen)*, 12(2), 601–614.
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 173–184. Retrieved from <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Stewart, T. A. (1997). *Intellectual Capital The New Wealth of Organization*. London: Nicholas Brealey.
- Sujoko, & Soebiantoro, U. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 41–48.
- Suwandika, I., & Mustanda, I. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Utomo, I. (2020). *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan, dan Kinerja Organisasi*. Malang: UMM Press.
- Utomo, W., Andini, R., & Raharjo, K. (2016). Pengaruh Leverage (DER), Price Book Value (PBV), Ukuran Perusahaan (Size), Return on Equity (ROE), Dividend Payout Ratio (DPR) dan Likuiditas (CR) terhadap Price Earning Ratio (PER) pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI Tahun 2009-2014. *Journal of Accounting*, 2(2), 49–60.
- Wijaya, H., Tania, D. R., & Cahyadi, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109–121.
- Williams, S. M. (2001). Is intellectual capital performance and disclosure practices related? *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 192–203.
- Wulandari, D., Dhiana, P., & Suprianto, A. (2018). Pengaruh Modal Intelektual, Struktur Modal, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pandanaran*, 4(4), 1–14.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
DER	70	.0713	2.7547	.635661	.6384544	
ROE	70	.0040	.8294	.122681	.1259101	
SIZE	70	26.3147	31.0622	28.951560	1.2811108	
VAIC	70	1.3300	7.8414	5.316830	1.8671170	
PBV	70	.2627	8.6944	1.784521	1.8756139	
Valid N (listwise)	70					

Lampiran 2. Hasil Uji Pooling

Dummy 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.807	4.914		.164	.870
	DER	.034	.370	.012	.092	.927
	ROE	12.056	2.464	.809	4.893	.703
	SIZE	-.013	.177	-.009	-.074	.941
	VAIC	-.005	.135	-.005	-.037	.971
	D1	-24.293	11.944	-5.218	-2.034	.056
	DER_D1	-1.752	.889	-.356	-1.972	.053
	ROE_D1	-7.702	3.465	-.475	-2.223	.055
	SIZE_D1	.802	.413	4.959	1.942	.057
	VAIC_D1	.576	.291	.733	1.978	.053

a. Dependent Variable: PBV

Dummy 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.127	5.393		-1.136	.260
	DER	-.328	.404	-.112	-.810	.421
	ROE	6.378	1.892	.428	3.371	.132
	SIZE	.230	.191	.157	1.202	.234
	VAIC	.136	.145	.136	.940	.351
	D2	5.103	13.015	1.096	.392	.696
	DER_D2	-.334	1.046	-.064	-.320	.750
	ROE_D2	-.660	5.047	-.028	-.131	.896
	SIZE_D2	-.203	.473	-1.260	-.428	.670
	VAIC_D2	.150	.328	.193	.456	.650

a. Dependent Variable: PBV

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya. Penyalinan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, dan penulisan kritik dan jawaban suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Dummy 3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-5.650	5.294		-1.067	.290
	DER	-.438	.405	-.149	-1.080	.284
	ROE	5.393	1.763	.362	3.060	.330
	SIZE	.213	.188	.146	1.133	.262
	VAIC	.170	.144	.169	1.179	.243
	D3	4.304	12.001	.924	.359	.721
	DER_D3	.490	.978	.092	.501	.618
	ROE_D3	10.053	6.629	.295	1.516	.135
	SIZE_D3	-.185	.431	-1.150	-.428	.670
	VAIC_D3	-.081	.316	-.103	-.256	.799

a. Dependent Variable: PBV

Dummy 4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-4.467	4.900		-.912	.366
	DER	-.600	.377	-.204	-1.594	.116
	ROE	4.753	1.657	.319	2.869	.057
	SIZE	.161	.176	.110	.915	.364
	VAIC	.235	.132	.234	1.783	.080
	D4	10.124	10.972	2.175	.923	.360
	DER_D4	.904	.834	.196	1.084	.283
	ROE_D4	19.010	5.404	.498	3.518	.084
	SIZE_D4	-.354	.389	-2.208	-.910	.366
	VAIC_D4	-.254	.323	-.268	-.786	.435

a. Dependent Variable: PBV

Dummy 5

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-7.840	5.275		-1.486	.142
	DER	-.534	.422	-.182	-1.267	.210
	ROE	5.865	1.737	.394	3.377	.129
	SIZE	.281	.187	.192	1.502	.138
	VAIC	.219	.136	.218	1.607	.113
	D5	9.743	12.665	2.093	.769	.445
	DER_D5	.634	.868	.140	.730	.468
	ROE_D5	6.681	8.150	.182	.820	.416
	SIZE_D5	-.303	.464	-1.897	-.653	.516
	VAIC_D5	-.426	.408	-.521	-1.045	.300

a. Dependent Variable: PBV

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31130592
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.061
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.806	1.913		1.467	.147
	TransformDER	-.057	.078	-.110	-.735	.465
	TransformROE	.098	.052	.234	1.889	.063
	TransformSIZE	-1.743	1.321	-.171	-1.320	.192
	TransformVAIC	.100	.158	.099	.631	.530

- a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.063	3.143		-.656	.514		
	TransformDER	.021	.128	.020	.162	.872	.621	1.610
	TransformROE	.443	.086	.531	5.176	.000	.917	1.090
	TransformSIZE	1.628	2.171	.081	.750	.456	.837	1.195
	TransformVAIC	.369	.260	.185	1.419	.161	.570	1.754

- a. Dependent Variable: TransformPBV

Lampiran 6. Hasil Uji Autokorelasi dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.611 ^a	.373	.334	.3207445	1.791

- a. Predictors: (Constant), TransformVAIC, TransformROE, TransformSIZE, TransformDER
- b. Dependent Variable: TransformPBV

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model ¹		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-2.064	3.144		-.657	.514
	TransformDER	.021	.128	.020	.162	.872
	TransformROE	.443	.086	.531	5.176	.000
	TransformSIZE	1.629	2.171	.081	.750	.456
	TransformVAIC	.369	.260	.185	1.419	.161

a. Dependent Variable: TransformPBV

Lampiran 8. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3.973	4	.993	9.655	.000 ^b
Residual	6.687	65	.103		
Total	10.660	69			

a. Dependent Variable: TransformPBV

b. Predictors: (Constant), TransformVAIC, TransformROE, TransformSIZE, TransformDER



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Tania Monica Marsji

NIM : 31180018 Tanggal Sidang : 28 September 2022

Judul Karya Akhir : Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Non-Primer yang Terdaftar di BEI ~~Periode~~ ~~2017-2021~~ Periode 2017 - 2021

Jakarta, 4 / 10 20 22

Mahasiswa/I
Tania Monica Marsji
(Tania Monica Marsji)

Pembimbing
Prima Apriwanni

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan kritikan dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
Dilarang mengutamakan dalam memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis Kwik Kian Gie