

SKRIPSI

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR TEKNOLOGI
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA 2021-2024**



NABILA RAHMANIA

2105046015

AKUNTANSI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Skripsi saudara :

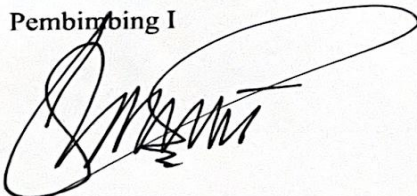
Nama : Nabila Rahmania
NIM : 2015046015
Jurusan : Akuntansi Syariah

Judul : Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2021-2024.

Dengan ini telah kami setuju, dan mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih

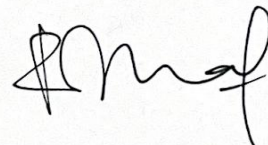
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. A. Turmudi, SH., M.Ag.
NIP. 196907082005011004

Pembimbing II



Irma Istiariani, M.Si.
NIP. 198807082019032013

LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan

Telp. (024)7608454 Semarang 50185

Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Nabila Rahmania
NIM : 2105046015
Jurusan : S1 Akuntansi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Teknologi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2021-2024

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 20 Juni 2025 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025.

Semarang, 7 Juli 2025

Ketua Sidang

Warno, S.E., M.Si.
NIP. 198307212015031002

Sekretaris Sidang

Irma Istiariyani, M.Si.
NIP. 198807082019032013

Penguji I

Dr. Rahman El-Junusi, SE., MM.
NIP. 196911182000031001

Penguji II



Rahmat Dwi Pambudi, M.Si.
NIP. 198607312019031008

Pembimbing I

Dr. A. Turmudi, SH, M.Ag.
NIP. 196907082005011004

Pembimbing II

Irma Istiariyani, M.Si.
NIP. 198807082019032013

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul “Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2021-2024” adalah karya asli saya dan tidak mengandung materi yang telah diterbitkan sebelumnya atau pemikiran orang lain.

Semarang, 18 Juni 2025

Deklarator



Nabila Rahmania

NIM. 2105046015

MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

139. Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.

(Ali-imran 139)

“berpikirlah positif tidak peduli seberapa keras kehidupanmu”

(Ali bin Abi Thalib)

“Mendapatkan yang di impikan adalah kesuksesan, namun kadang kamu lupa bahwa bangkit dari kegagalan juga bagian dari kesuksesan.”

(Anies Baswedan)

“Jangan takut mencoba, jangan tunda proses, jika gagal coba lagi karna kegagalan adalah proses dari kesuksesan”

(Ayah & Ibu)

“aku mungkin hanya memiliki satu percikan, namun itu cukup untuk menjadikannya ledakan. Walaupun terluka, aku tetap bertahan, karena ini bukan tentang cepat sampai, tapi tentang tetap berjalan walau banyak cobaan menghadang”

(Nabila Rahmania)

“langit tak selalu cerah, tapi hujan pun bagian dari tumbuh”

(Nabila Rahmania)

PERSEMBAHAN

Puji syukur dihaturkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan karunia-Nya, sehingga penulisan ini dapat selesai dengan baik dan tepat. Dengan penuh rasa bangga, karya skripsi ini penulis dedikasikan kepada :

1. Keluarga tercinta, tempat pulang dari segala Lelah. Ayah Patchu Rokman, Ibu Zuliah, serta Muhammad Arief Rahman Terima kasih telah menjadi tiang paling kuat saat aku goyah, dan atap paling teduh saat dunia terasa terlalu panas. Dalam setiap langkahku yang ragu, ada doa kalian yang diam-diam menuntun. Dalam setiap lelahku, ada peluh dan pengorbanan kalian yang tak pernah ditagih balas. Kalian tak pernah meminta apa pun selain aku bertahan dan menjadi baik. Dan untuk itu, karya ini lahir bukan dari kepintaran, melainkan dari jatuh bangun, air mata yang ditahan, dan pelukan-pelukan yang tak selalu bisa kujamah. Jika suatu hari aku lupa bagaimana rasanya berjuang, biarlah skripsi ini menjadi pengingat bahwa aku pernah dikelilingi oleh cinta yang begitu dalam. Kalian adalah alasan mengapa aku memilih tetap melangkah, meski banyak hari rasanya ingin menyerah.
2. Bapak Dr. A. Turmudi, SH., M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Irma Istiariani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih sudah memberi bimbingan, nasihat, dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan di bangku kuliah khususnya Nurainni, Devi Astuti, Alifia Ayu Sabila yang tahu rasanya begadang demi angka, yang pernah menangis bersamaku karena memikirkan apa yang akan terjadi esok hari, yang tak lelah menyemangati meski sedang runtuh juga. Teruntuk Vina Fauzia dan Ikfina Kamalia walaupun raga kalian jauh namun doa hangat kalian yang tulus menemaniku sangat terasa nyata. Kita dipertemukan bukan karena kebetulan. Tuhan tahu aku tak akan mampu berjalan sendiri, maka Dia kirim kalian teman belajar, teman menangis, teman bercanda dan tertawa, bahkan teman healing.

Terima kasih telah bertahan bersamaku di hari-hari yang bahkan tak ingin kujalani. Di setiap tangis di balik tugas, di setiap keluh yang terselip dalam tawa, kalian tetap ada. Kita bukan hanya saling menyemangati, tapi juga saling menopang ketika salah satu dari kita hampir tumbang. Aku tak akan pernah lupa malam-malam panjang kita, menjelajahi setiap sudut kota Semarang yang penuh dengan kenangan ini, menutup lelah yang tak tertampung dengan tawa dan canda. Dan ketika dunia terasa tidak baik, terima kasih telah mengajakku ke tempat yang kita ciptakan Bersama entah lewat obrolan receh, perjalanan dadakan, bahkan sekadar duduk di depan indomaret, atau di tempat susu mas bro untuk sekedar menenangkan pikiran dengan melihat keriwuhan malam Semarang. Semoga hidup mempertemukan kita di banyak musim lainnya. Skripsi ini bukan hanya tentang aku dan angka-angka, tapi tentang kita, tentang jiwa hebat yang ikut berjuang di balik layar, yang diam-diam ikut menuliskan kekuatan di tiap halamannya. Terima kasih telah membuat perjuangan ini tidak terasa sendiri.

4. Sahabat-sahabat *successful people* (Safinatunnajah Azzahra, Halwa Urwatul, Nabiilah Almas, Vania Hanifa, Suci Arum, Atikah Nazwa) dan unit 4 (Siti Aisyah, Fredlina Nayla, Sofie Nurainingsih, Shofia Raisa, Khansa Alida, Nindira, Amalia Putri, Elvaretta Nathania, Azzuhra Syifa, Sabrina Robot, Rahma Nadia) yang hadir dalam kenangan manis di tempat aku belajar bahwa menjadi manusia bukan hanya tentang tahu, tapi juga tentang merasa dan berbagi tawa di sela polosnya hidup. Terimakasih telah memberikan do'a, semangat, serta motivasi dalam proses penyelesaian Skripsi ini. Memiliki kalian dalam hidup ini adalah sebuah keberuntungan yang tak ternilai.
5. Sepupuku tercinta, Najwa Khairani, Nurul Hasanah, dan Muti Risma. Kalian lebih dari sekadar keluarga, tapi juga teman dan penyemangat yang tak pernah lelah mendengarkan. Terima kasih telah menjadi bagian dari setiap bab hidupku.
6. Keluarga besar abu Amir dan keluarga besar Kalisapu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih semuanya atas segala bentuk dukungan, perhatian, dan semangat yang tak pernah henti diberikan kepada penulis selama menjalani proses pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari

lingkaran yang selalu memberikan kehangatan dan kekuatan, bahkan saat penulis merasa lelah dan ragu.

7. Tak lupa untuk 12 peterpan walaupun sekarang hanya tersisa 9 peterpen, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mereka terutama untuk pinguin, grup yang telah menjadi sumber semangat, hiburan, dan inspirasi dalam proses penulisan skripsi ini. Musik dan karya-karya kalian selalu berhasil menemani hari-hari penuh tekanan dengan rasa hangat dan motivasi. Terima kasih telah menjadi pelipur lara dan penyemangat tanpa tahu bahwa kalian membantu saya melewati masa-masa sulit ini. We are one! Saranghaja!
8. Seiji Makaio Pradana, Kamari Sky Wassink, Jemima Humaira Assegaf, Issa Nael, Trio Na (Junho, Eunho, Jena), Yusel/ucel adalah sosok bayi viral di media sosial yang telah menjadi bagian dari proses hiburan bagi banyak orang. Meskipun penulis tidak mengenal mereka secara langsung, konten lucu dan menggemaskan mereka di TikTok sering kali muncul di tengah kepenatan. Video-video tersebut menjadi pengingat untuk tersenyum dan memberi ruang bagi diri sendiri, membantu penulis merasa lebih baik, meskipun hanya dari balik layar. Terima kasih atas hiburan sederhana namun berarti yang mereka berikan.
9. Terakhir, karya ini penulis persembahkan untuk diri sendiri, yang tak pernah berhenti berjalan, meski sering merasa lelah dan tak tahu harus berpijak di mana. yang terus belajar memahami luka, meredam kecewa, dan memaksa diri untuk tetap bangkit bahkan ketika tidak ada yang benar-benar mengerti apa yang sedang dihadapi. Untuk semua malam yang diisi diam dan pikiran yang tak kunjung reda penuh air mata dan rasa ingin menyerah, namun tetap memilih bangun keesokan harinya dan mencoba lagi, untuk setiap keputusan yang diambil dalam ragu, dan untuk keberanian memilih bertahan saat segalanya terasa berat, terima kasih telah sejauh ini berjuang tanpa banyak suara. Untuk langkah-langkah kecil yang tak pernah dilihat orang lain, dan untuk semua versi diri yang pernah lelah tapi terus bangkit. terima kasih telah berjuang sejauh ini. Semoga capaian ini menjadi pengingat bahwa kamu patut bangga atas semua

yang telah dilalui. Dan bahwa perjalanan ini belum selesai, karena masih ada banyak impian yang menanti untuk diwujudkan.

Akhir kata, penulis dapat menyadari tanpa ridho Allah dan pertolongan dari Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi, dari segala pihak skripsi ini mungkin tidak dapat terselesaikan. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penulisan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas segera kebaikan kalian. Aamiin Yarabbal'amin.

Semarang, 18 Juni 2025

PEDOMAN SKRIPSI

Transliterasi dalam skripsi sangat penting untuk memastikan bahwa istilah, nama, atau konsep dari bahasa lain dapat dipahami dengan jelas dan tetap akurat. Dengan cara ini, transliterasi memungkinkan komunikasi ilmiah yang efektif dan memudahkan pembaca untuk memahami informasi yang berasal dari sistem penulisan yang berbeda.

A. Konsonan

Huruf konsonan dalam bahasa Arab adalah huruf-huruf yang tidak menunjukkan bunyi vokal secara langsung, dan biasanya diikuti oleh vokal untuk membentuk sebuah suku kata. Huruf dan tanda sering digunakan untuk mewakili hal ini, meskipun keduanya juga dapat digunakan secara bersamaan. Berikut ini adalah Kumpulan huruf Arab yang dilengkapi dengan penulisan dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	za (titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (titik di bawah)
ض	Dad	D	de (titik di bawah)
ط	Ta	T	te (titik di bawah)
ظ	Za	Z	ze (titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	GE
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah		Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab berfungsi untuk menunjukkan bunyi vokal pada konsonan. Terdiri dari Vokal yang terdiri dari satu bunyi (monoflong) dan vokal yang terdiri dari dua bunyi yang digabungkan (diftong).

Vokal tunggal / monoflog

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

a. Vokal rangkap / diftong

Berupa gabungan antara harakat dan huruf

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَـيْ	Fathah dan Ya	Ai	A dan I
أَوْ	Fathah dan Wau	Au	A dan U

C. Syaddah / Tasydid

Menunjukkan bahwa huruf tersebut harus dilafalkan dua kali atau digandakan. Shaddah diwakili oleh sebuah simbol berupa huruf "waw" kecil yang berada di atas huruf konsonan, seperti (ّ)

D. Kata Sandang

Kata yang sering digunakan untuk menunjukkan sesuatu dalam bahasa Arab adalah "al-" (ال), yang digunakan untuk menjadikan suatu kata benda menjadi definitif atau tertentu.

E. Ta Marbutah

Ta' marbūtah adalah bentuk khusus dari huruf ta yang digunakan di akhir kata untuk menandakan bentuk feminin dan diucapkan sebagai "h" dalam banyak kasus.

ABSTRAK

Era digital yang terus berkembang, perusahaan teknologi dituntut untuk mempertahankan nilai perusahaan yang kompetitif di tengah dinamika pasar yang kompleks. Namun, tingginya profitabilitas dan penggunaan *leverage* belum tentu menjamin peningkatan nilai perusahaan secara konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan, serta mengevaluasi peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA). Data diperoleh melalui purposive sampling dari laporan keuangan tahunan perusahaan teknologi. Pengujian dilakukan dengan uji asumsi klasik, uji statistik deskriptif, uji t, uji F, serta koefisien determinasi untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. dan ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh keduanya terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan.

ABSTRACT

In the era of rapid digital transformation, technology companies are required to maintain strong firm value amid increasingly complex market dynamics. However, high profitability and the use of leverage do not necessarily guarantee consistent firm value growth. This study aims to examine the influence of profitability and leverage on firm value, and to evaluate the moderating role of firm size in technology companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2024 period.

This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA). Data were obtained through purposive sampling from the annual financial reports of technology companies. Tests were conducted using the classical assumption test, descriptive statistics, t-test, F-test, and coefficient of determination to measure the strength of the relationship between variables. The results show that profitability has a positive and significant effect on firm value, leverage has a positive and significant effect on firm value, and firm size is able to moderate the influence of both on firm value.

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

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, tidak ada daya dan upaya dan kekuatan kecuali berasal dari-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW. berkat rahmat, hidayah, dan inayah dari Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR TEKNOLOGI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA 2021-2024”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis telah mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Almamater UIN Walisongo Semarang yang bersedia menerima saya sebagai salah satu mahasiswa dan menjadikan tempat bagi saya untuk menuntut ilmu dan mendapatkan pengalaman yang berharga.
2. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo dan jajarannya.
3. Bapak Warno, S.E., M.Si selaku Kepala Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang dan Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan, membimbing dan mendukung serta memberikan dorongan yang sangat berarti.
4. Bapak Dr. A. Turmudi, SH., M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Irma Istiariani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan, membimbing dan mendukung serta memberikan dorongan yang sangat berarti.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terutama Jurusan Akuntansi Syariah yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Keluarga tercinta Bapak Patchu Rokman, Ibu Zuliah, Adik Muhammad Arief Rahman, Najwa Khairani, Nurul Hasanah, dan Muti Risma, serta segenap saudara yang selalu mendukung dalam setiap langkah dan selalu memberikan kasih sayang, bantuan, dukungan, moril serta materil.

7. Sahabat-sahabat TABER, unit 4, dan successful people terima kasih telah membantu, kebersamaan, dan mendukung penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
8. Segenap teman-teman seperjuangan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, serta Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Dengan segala kebaikan yang telah diberikan, penulis tidak dapat membalas satu persatu dan hanya mampu mengucapkan banyak terimakasih dan mendoakan semoga Allah SWT mengganti kebaikan semua pihak yang telah ikut serta dalam penulisan ini, baik secara langsung maupun tidak dengan segala nikmat yang tak terduga sebelumnya. Aamiin.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, menambah referensi, dan kontribusi positif khususnya untuk penulis dan para pembaca. Penulis menyadari sepenuhnya atas keterbatasan kemampuan serta menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Demikian laporan ini penulis buat. Semoga dapat bermanfaat bagi semua pembaca yang membutuhkan.

Semarang, 18 Juni 2025

Nabila Rahmania

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
DEKLARASI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PEDOMAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Signaling Theory</i> (Teori Sinyal).....	12
2.2 Nilai Perusahaan	14
2.3 Profitabilitas.....	18
2.4 <i>Leverage</i>	22
2.5 Ukuran Perusahaan	26
2.6 Penelitian Terdahulu	29
2.7 Kerangka Teoritis.....	36
2.8 Pengaruh Antar Variabel terhadap Pengembangan Hipotesis.....	37
2.9.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	37
2.9.2 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	38

2.9.3	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	38
2.9.4	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	41
3.2	Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi Penelitian	41
3.2.2	Sampel Penelitian.....	42
3.3	Variabel Penelitian	43
3.3.1	Nilai Perusahaan.....	44
3.3.2	Profitabilitas	44
3.3.3	<i>Leverage</i>	45
3.3.4	Ukuran Perusahaan.....	45
3.4	Operasional Variabel.....	46
3.5	Metode Analisis Data.....	47
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	47
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	48
3.5.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.5.4	Uji Hipotesis.....	50
BAB IV PEMBAHASAN.....		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2	Temuan Hasil Penelitian	52
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif	52
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	53
4.3	Pembahasan	62
4.3.1	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (H1)	62
4.3.2	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan (H2)	63
4.3.3	Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (H3).....	64
4.3.4	Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan (H4).....	65
BAB V PENUTUP.....		67

5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Keterbatasan Penelitian	68
5.3	Saran	68
	DAFTAR PUSTAKA	69
	LAMPIRAN	74
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Kriteria	44
Tabel 3.2 Operasional Variabel	49
Tabel 4.1 <u>Uji Statistik Deskriptif</u>	56
Tabel 4.2 Uji Normalitas	58
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.7 Uji F	63
Tabel 4.8 Uji T Model 1	64
Tabel 4.9 Uji T Model 2	64
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Performa sektor selama 10 Tahun Terakhir.....	1
Gambar 1.2 Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia Berdasarkan Sektor Teknologi.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	37
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	57

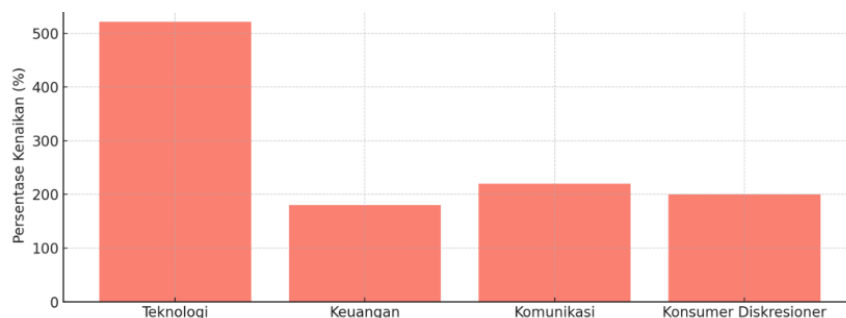
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan sektor teknologi mengalami percepatan yang sangat pesat, membawa dampak yang luas terhadap perekonomian global, termasuk di Indonesia. Perusahaan berbasis teknologi, khususnya, telah menjadi pilar utama dalam transformasi ekonomi digital dengan menciptakan berbagai peluang baru dalam dunia bisnis. Namun, di balik kemajuan tersebut, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang dalam pasar yang semakin kompetitif.

Gambar 1.1

Performa sektor selama 10 Tahun Terakhir

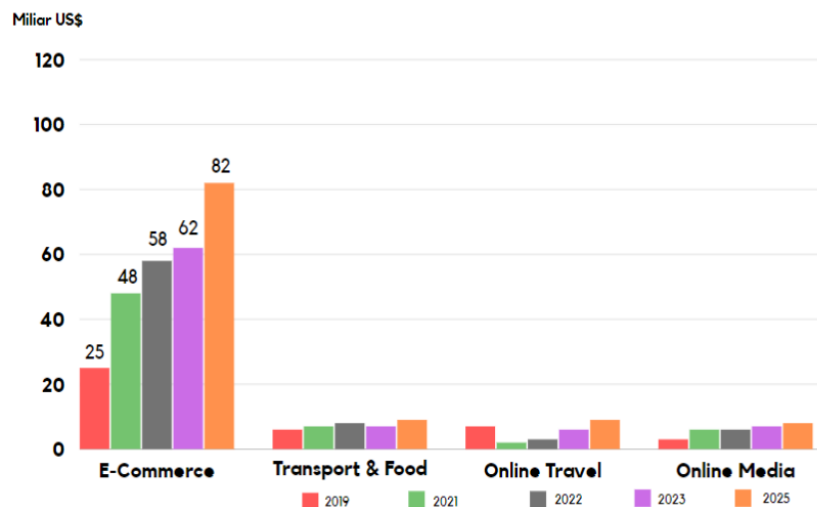


Sumber: Google, ETF sektor S&P 500 (XLK, XLF, XLY, XLC)

Keunggulan sektor teknologi tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari beberapa faktor struktural dan transformatif yang mendasar. Kemajuan pesat dalam bidang kecerdasan buatan (AI), komputasi awan (cloud computing), big data, dan internet of things (IoT) telah memperluas cakupan layanan dan efisiensi perusahaan teknologi secara global. Sektor teknologi juga dinilai sebagai sektor yang paling adaptif terhadap perubahan, khususnya selama krisis global seperti pandemi COVID-19. Ketika banyak sektor lain mengalami kontraksi, perusahaan teknologi justru menunjukkan resilien dan bahkan mencatatkan kinerja terbaik karena meningkatnya kebutuhan akan digitalisasi dan otomatisasi.

Gambar 1.2

Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia Berdasarkan Sektor Teknologi



Sumber: Google, Temasek, dan Bain & Co, (2022-2023)

Berbeda dengan perusahaan tradisional, perusahaan teknologi menghadapi tantangan yang lebih kompleks dalam pengembangan bisnisnya. Beberapa tantangan utama yang dihadapi antara lain tingkat profitabilitas yang rendah akibat tingginya biaya operasional dan pemasaran, persaingan pasar yang semakin ketat dengan munculnya banyak pesaing baru, serta kebutuhan akan tata kelola perusahaan yang lebih baik guna mencapai tujuan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, fluktuasi pasar dan perubahan perilaku konsumen turut menambah kompleksitas dalam mengelola bisnis.

Dengan kombinasi antara inovasi berkelanjutan, tingkat pertumbuhan pendapatan yang tinggi, dan dukungan investor institusional, sektor teknologi menjadi pusat perhatian dalam strategi investasi jangka panjang. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika dalam beberapa tahun terakhir sektor ini mampu mengungguli sektor lainnya, baik dari segi return, valuasi, maupun dominasi pasar secara global.

Nilai sebuah perusahaan dapat diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yang berfungsi untuk menilai apakah harga saham yang ditawarkan oleh perusahaan tergolong tinggi atau rendah. PBV dihitung dengan membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan, yang

mencerminkan selisih antara total aset dan total kewajiban yang dimilikinya. Nilai PBV tidak bersifat statis dan dapat mengalami perubahan seiring waktu, dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama pergerakan harga saham di pasar. Selain itu, faktor lain seperti profitabilitas, *leverage* serta ukuran perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan perusahaan juga berkontribusi terhadap fluktuasi nilai PBV. Oleh karena itu, investor sering menggunakan PBV sebagai salah satu indikator dalam menganalisis valuasi saham dan menentukan keputusan investasi mereka. Tata kelola perusahaan yang baik diyakini dapat mengurangi risiko serta meningkatkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Di Indonesia, perusahaan teknologi berkembang pesat, didukung oleh era digitalisasi yang semakin kuat serta strategi branding yang efektif. Namun, terdapat fenomena menarik yang perlu dicermati, yaitu adanya beberapa perusahaan teknologi yang meskipun memiliki profitabilitas tinggi, tetap mengalami penurunan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas bukan satu-satunya faktor yang menentukan nilai perusahaan, tetapi terdapat variabel lain yang juga memainkan peran penting.

Profitabilitas berperan penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin tinggi profitabilitas, semakin besar potensi perusahaan dalam menciptakan keuntungan bagi pemegang saham. Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan.¹ Profitabilitas sebagai salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.² Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA), yang digunakan untuk menghitung nilai laba bersih dan total aset perusahaan dalam periode tertentu. Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, investor cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di pasar.

¹ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (PT. Raja Grafindo Persada, 2016).

² Abdul Rosid, Eloh Bahiror, and Reyhan Vedrikho, 'Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2020)', *Jurnal Manajemen Retail Indonesia (JMARI)*, 3.1 (2022), pp. 58–69.

Seiring dengan meningkatnya tingkat profitabilitas perusahaan, nilai perusahaan juga cenderung mengalami kenaikan. Kondisi ini menjadi sinyal positif bagi investor, karena menunjukkan prospek keuntungan yang lebih menjanjikan serta stabilitas finansial yang baik. Profitabilitas yang tinggi memberikan daya tarik lebih bagi investor untuk menanamkan modalnya, karena perusahaan dianggap mampu memberikan potensi pengembalian investasi yang menguntungkan serta memiliki kinerja keuangan yang solid.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum dan Iswara (2022) dalam penelitian mereka menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar daya tariknya bagi investor, karena dianggap memiliki prospek yang baik untuk pertumbuhan dan stabilitas keuangan di masa depan.³ Namun hasil yang berbeda dari penelitian lain yang dilakukan oleh Imnana (2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memprioritaskan laba yang diperoleh untuk *retained earnings* (laba ditahan), daripada membagikannya kepada pemegang saham dalam bentuk dividen. Strategi ini dilakukan untuk memperkuat modal internal perusahaan, mendukung ekspansi bisnis, serta meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.⁴

Salah satu contoh perusahaan teknologi yang mengalami profitabilitas tinggi tetapi mengalami penurunan nilai perusahaan adalah PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk (MTEL), sebagai salah satu perusahaan teknologi yang bergerak di bidang infrastruktur menara telekomunikasi, menunjukkan kinerja profitabilitas yang cukup baik sepanjang periode 2021–2023. Hal ini terlihat dari peningkatan laba bersih perusahaan dari Rp1,37 triliun pada tahun 2021

³ Diah Putri Kusumaningrum and Ulfah Setia Iswara, 'Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1.3 (2022), pp. 295–312, doi:10.24034/jiaku.v1i3.5509.

⁴ Laura Imnana, Steven Siaila, and Meiske Wenno, 'Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage', *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7.1 (2023), pp. 59–71, doi:10.30598/manis.7.1.59-71.

menjadi Rp1,82 triliun pada tahun 2023, serta kenaikan rasio profitabilitas seperti Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE) secara konsisten setiap tahunnya. Namun, peningkatan profitabilitas ini tidak diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan yang signifikan. Hal ini tercermin dari Price to Book Value (PBV) MTEL yang justru mengalami penurunan dari 2,36 kali pada tahun 2021 menjadi hanya 1,95 kali pada tahun 2023, serta harga saham yang cenderung stagnan di kisaran Rp700-an per lembar. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun kinerja keuangan perusahaan meningkat, pasar tidak secara otomatis memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor eksternal seperti persepsi investor terhadap prospek industri menara telekomunikasi, minimnya ekspansi inovatif, atau kurangnya sinyal positif dari manajemen kepada pasar. Dengan demikian, kasus MTEL memperkuat pemahaman bahwa profitabilitas saja tidak cukup untuk mendorong nilai perusahaan secara signifikan, sehingga variabel lain seperti ukuran perusahaan atau ekspektasi pasar perlu diperhitungkan dalam analisis.

Leverage menjadi salah satu faktor yang juga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. *Leverage* merupakan perbandingan antara utang dan aset perusahaan⁵. Jika rasio *leverage* rendah, maka perusahaan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam membayar utangnya. Sebaliknya, jika utang lebih besar dibandingkan aset, hal ini menunjukkan kurang optimalnya pengelolaan aset perusahaan. Tata kelola yang baik berperan dalam mengendalikan penggunaan *leverage* agar tidak berlebihan dan tidak bertanggung jawab, sekaligus mendorong pemanfaatannya secara strategis dan terukur. Dengan *leverage* yang dikelola dengan baik, perusahaan dapat membiayai operasionalnya untuk meningkatkan potensi keuntungan dan profitabilitas. Rasio ini membantu menilai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pembiayaan eksternal serta risiko keuangannya. Semakin tinggi rasio, semakin besar proporsi utang yang dapat meningkatkan keuntungan tetapi juga

⁵ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (PT Raja Grafindo Persada, 2019).

menambah risiko keuangan. Pada penelitian ini *leverage* diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hutang yang digunakan perusahaan untuk mendanai operasionalnya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rejeki dan Haryono (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ketika *leverage* mengalami peningkatan, nilai perusahaan cenderung menurun. *Leverage* yang negatif dapat terjadi karena rata-rata tingkat utang perusahaan yang cukup tinggi dan fluktuatif setiap tahunnya. Rasio *leverage* yang ideal adalah ketika keseimbangan antara utang dan modal dapat terjaga, sehingga perusahaan tidak terlalu bergantung pada pembiayaan eksternal yang berisiko, namun tetap dapat memanfaatkan utang secara strategis untuk mendukung pertumbuhan bisnis.⁶ Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mollu dan Tyasari (2024) mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Utang yang besar dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan jika dikelola dengan baik dan digunakan untuk investasi yang menghasilkan keuntungan tinggi. Ketika perusahaan mampu memanfaatkan utang untuk meningkatkan produktivitas dan profitabilitas, maka dampaknya dapat positif bagi nilai perusahaan. Namun, jika utang tidak diimbangi dengan kinerja yang baik, justru dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan kepercayaan investor.⁷

Sebagaimana yang dialami oleh PT Indointernet Tbk (EDGE) merupakan salah satu perusahaan sektor teknologi yang menunjukkan tren peningkatan *leverage* cukup tajam dalam tiga tahun terakhir. Tercatat, rasio Debt to Equity Ratio (DER) EDGE mengalami kenaikan dari 0,63 pada tahun 2021 menjadi 2,04 pada tahun 2023, yang mencerminkan peningkatan ketergantungan

⁶ Halim Tri Rejeki and Slamet Haryono, 'Pengaruh *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia', *Invoice : Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3.1 (2021), pp. 1–9, doi:10.26618/inv.v3i1.4969.

⁷ Katrina Baba Mollu and Asna Irma Tyasari, 'Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2020-2022)', 12.1 (2024), pp. 1–12.

perusahaan terhadap sumber pembiayaan utang. Namun, meskipun leverage meningkat, nilai perusahaan tidak mengalami pertumbuhan yang sebanding. Hal ini terlihat dari penurunan Price to Book Value (PBV) dari 7,45 menjadi 5,12 dalam periode yang sama, serta penurunan harga saham dari Rp6.000 menjadi Rp4.700. Fenomena ini menunjukkan bahwa pasar merespons negatif terhadap tingginya tingkat leverage EDGE. Kenaikan beban utang yang tidak disertai dengan peningkatan kinerja atau ekspansi yang signifikan dapat memicu kekhawatiran investor terhadap risiko keuangan perusahaan. Dengan demikian, studi kasus EDGE memperkuat argumen bahwa leverage yang tinggi tidak selalu berdampak positif terhadap nilai perusahaan, khususnya di sektor teknologi yang umumnya lebih sensitif terhadap risiko likuiditas dan volatilitas pasar. Salah satu penyebab utama penurunan ini adalah tingginya tingkat *leverage*, yang membuat investor khawatir terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel moderasi yang nantinya berperan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan sering kali dikaitkan dengan stabilitas operasional, akses terhadap sumber pendanaan, serta tingkat kepercayaan investor. Perusahaan dengan ukuran besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar, sistem manajemen yang lebih mapan, dan visibilitas pasar yang lebih tinggi, sehingga mampu meningkatkan persepsi positif investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dianggap mampu memoderasi pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap nilai perusahaan, seperti profitabilitas, *leverage*, dan kebijakan dividen. Dalam konteks ini, penting untuk melihat apakah pengaruh variabel independen terhadap nilai perusahaan akan berbeda pada perusahaan besar dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan berperan sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen seperti profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dalam konteks perusahaan teknologi di

Bursa Efek Indonesia, peran moderasi ini terlihat jelas. Sebagai contoh, PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTK), yang merupakan perusahaan besar dengan total aset sekitar Rp30 triliun, mencatat peningkatan Return on Equity (ROE) dari 4% menjadi 8% pada tahun 2024. Sementara itu, PT DCI Indonesia Tbk (DCII), yang memiliki ukuran lebih kecil dengan aset sekitar Rp2 triliun, juga mencatat peningkatan ROE dari 5% menjadi 9% di periode yang sama. Meskipun peningkatan profitabilitas DCII lebih tinggi, nilai perusahaan EMTK meningkat lebih signifikan, yaitu dari 1,2x menjadi 2,0x, sedangkan PBV DCII hanya naik sedikit dari 8,0x ke 8,2x. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, di mana perusahaan besar dianggap lebih stabil dan menarik bagi investor saat profitabilitas meningkat.

Tetapi, ketika *leverage* dijadikan variabel independen, perbedaan respons pasar terhadap perusahaan besar dan kecil juga terlihat. EMTK dan PT Kioson Komersial Indonesia Tbk (KIOS) sama-sama mengalami kenaikan Debt to Equity Ratio (DER) dari sekitar 0,7–0,8x menjadi 1,5x. Namun, nilai perusahaan EMTK justru meningkat (PBV dari 1,2x menjadi 1,8x), sedangkan nilai perusahaan KIOS menurun (PBV dari 2,5x menjadi 1,9x). Investor menilai bahwa perusahaan besar memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola utang, sehingga peningkatan *leverage* dilihat sebagai sinyal positif. Sebaliknya, pada perusahaan kecil, *leverage* tinggi menimbulkan kekhawatiran terhadap risiko keuangan. Dari kedua kasus tersebut, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan memiliki peran penting dalam memoderasi hubungan antara baik profitabilitas maupun *leverage* terhadap nilai perusahaan. Salah satu indikator utama dalam menilai daya saing dan keberlanjutan sebuah perusahaan adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan perusahaan, tetapi juga menggambarkan kepercayaan investor serta prospek pertumbuhan bisnis di masa depan.

Pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menjadi semakin relevan, terutama bagi para pemangku kepentingan seperti manajemen perusahaan, investor, dan regulator. Penelitian ini akan mengkaji

pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021-2024. Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada sektor teknologi, guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika keuangan di industri tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, khususnya dalam konteks profitabilitas, persaingan pasar, dan tata kelola perusahaan. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai Perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah Ukuran Perusahaan memoderasi Profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah Ukuran Perusahaan memoderasi *Leverage* terhadap nilai perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Perusahaan Teknologi yang terdaftar di Buesa Efek Indonesia tahun 2021-2024

2. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024
3. Untuk menganalisis bagaimana Ukuran Perusahaan memoderasi profitabilitas pada nilai perusahaan
4. Untuk menganalisis bagaimana Ukuran Perusahaan memoderasi *leverage* pada nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi akademis maupun praktis, antara lain:

1. Manfaat Akademis
 - a) Memberikan kontribusi terhadap literatur akademik mengenai hubungan antara kinerja keuangan, tata kelola perusahaan, dan nilai perusahaan dalam industri.
 - b) Menyediakan data empiris yang dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya terkait strategi bisnis perusahaan teknologi.
2. Manfaat Praktis
 - a) Memberikan wawasan bagi manajemen perusahaan dalam menyusun strategi bisnis yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.
 - b) Menjadi acuan bagi investor dalam menilai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi dalam sektor teknologi.
 - c) Memberikan rekomendasi bagi regulator dalam merumuskan kebijakan yang dapat mendukung pertumbuhan industri secara berkelanjutan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan berfokus pada perusahaan teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang waktu lima tahun terakhir. Analisis

dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan data laporan keuangan dan kinerja pasar saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Variabel utama yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi:

1. Kinerja Keuangan: Variabel ini mencakup rasio keuangan seperti ROA, CR, dan DER yang digunakan untuk menilai kesehatan keuangan perusahaan.
2. Tata Kelola Perusahaan: Penelitian ini akan meninjau aspek transparansi, struktur kepemilikan, dan independensi manajemen dalam perusahaan teknologi.
3. Nilai Perusahaan: Nilai perusahaan diukur berdasarkan kapitalisasi pasar dan harga saham perusahaan yang terdaftar di BEI.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, penelitian ini disusun dalam lima bab utama sebagai berikut:

Bab I

Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II

Kajian Pustaka

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung penelitian, termasuk konsep nilai perusahaan, teori tata kelola perusahaan, serta kajian empiris terkait dengan hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Bab III

Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk jenis penelitian, teknik pengumpulan data, metode analisis data, serta definisi operasional variabel penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signaling Theory* (Teori Sinyal)

Teori sinyal atau *Signaling Theory* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana suatu pihak dapat mengurangi ketidakpastian dan asimetri informasi dengan mengirimkan sinyal kepada pihak lain. Dalam dunia bisnis dan keuangan, teori ini sering digunakan untuk memahami bagaimana perusahaan memberikan informasi kepada investor atau pemangku kepentingan lainnya guna mencerminkan kondisi sebenarnya. Asimetri informasi terjadi ketika satu pihak memiliki lebih banyak informasi dibandingkan pihak lainnya, sehingga menciptakan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, teori sinyal berperan penting dalam memastikan bahwa pihak yang memiliki informasi lebih (pemberi sinyal) dapat memberikan sinyal yang kredibel kepada pihak yang memiliki informasi lebih sedikit (penerima sinyal).

Dalam bidang keuangan perusahaan, teori sinyal dikembangkan lebih lanjut oleh Stephen A. Ross (1977). Ia berpendapat bahwa manajer perusahaan sering kali memiliki informasi lebih banyak mengenai kondisi keuangan perusahaannya dibandingkan dengan investor atau pemegang saham. Oleh karena itu, manajer dapat menggunakan berbagai kebijakan keuangan, seperti keputusan struktur modal dan kebijakan dividen, sebagai sinyal kepada investor mengenai prospek bisnis perusahaan. Misalnya, jika sebuah perusahaan meningkatkan utangnya, hal ini bisa menjadi sinyal bahwa perusahaan yakin akan memperoleh laba yang cukup di masa depan untuk membayar utang tersebut. Sebaliknya, jika perusahaan enggan mengambil utang meskipun memiliki peluang investasi yang baik, investor mungkin akan menilai hal tersebut sebagai sinyal negatif mengenai stabilitas perusahaan.⁸

⁸ Stephen A. Ross, 'The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach', 1977, pp. 23–40.

Miller dan Rock (1985) mengembangkan teori sinyal dalam konteks kebijakan dividen. Mereka menyatakan bahwa pengumuman pembagian dividen dapat memberikan informasi kepada investor mengenai kinerja keuangan perusahaan. Jika sebuah perusahaan meningkatkan dividen, maka investor akan melihat hal ini sebagai sinyal positif bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang kuat dan prospek pertumbuhan yang baik. Sebaliknya, jika perusahaan menurunkan atau tidak membayar dividen, investor bisa menginterpretasikannya sebagai sinyal bahwa perusahaan sedang mengalami kesulitan keuangan. Oleh karena itu, perusahaan sering kali berusaha menjaga konsistensi dalam pembayaran dividen untuk mempertahankan kepercayaan investor dan menjaga stabilitas harga sahamnya di pasar modal.⁹

Dalam praktik bisnis, teori sinyal sering diterapkan dalam berbagai aspek, terutama dalam pasar modal dan kebijakan keuangan perusahaan. Perusahaan yang ingin menarik minat investor harus memastikan bahwa laporan keuangan mereka transparan dan mencerminkan kinerja sebenarnya. Jika sebuah perusahaan menerbitkan laporan keuangan yang menunjukkan pertumbuhan pendapatan dan laba yang stabil, investor akan menafsirkan hal ini sebagai sinyal positif dan cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi. Sebaliknya, jika laporan keuangan perusahaan menunjukkan ketidakstabilan dalam pendapatan dan laba, investor mungkin akan menganggap perusahaan tersebut berisiko tinggi dan mengurangi minat mereka untuk berinvestasi. Oleh karena itu, transparansi dalam penyampaian informasi menjadi kunci dalam teori sinyal.

Salah satu contoh nyata penerapan teori sinyal dalam dunia bisnis adalah kebijakan dividen perusahaan. Perusahaan yang secara konsisten membayar dividen tinggi memberikan sinyal kepada investor bahwa mereka memiliki kesehatan keuangan yang baik dan mampu menghasilkan arus kas yang stabil. Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan dengan kebijakan

⁹ Merton H. Miller and Kevin Rock, 'Dividend Policy under Asymmetric Information', 1985, pp. 1031–51.

dividen yang stabil karena menandakan bahwa perusahaan memiliki profitabilitas yang berkelanjutan. Sebaliknya, jika perusahaan tiba-tiba menurunkan dividen tanpa alasan yang jelas, hal ini dapat dianggap sebagai sinyal negatif yang menandakan adanya masalah keuangan di dalam perusahaan.

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar, karena mencerminkan kemampuan dalam memberikan kesejahteraan maksimal bagi para pemegang saham, yang terlihat dari kenaikan harga saham perusahaan. Sehingga kebijakan yang diterapkan oleh manajemen bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan guna memberikan keuntungan yang lebih besar bagi para pemegang saham.¹⁰ Harmono (2014) mengatakan bahwa penilaian publik terhadap kinerja perusahaan dapat tercermin melalui harga saham di pasar, yang merupakan ukuran nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi nilai perusahaan yang tercermin dari evaluasi ini.¹¹

Salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh calon pemegang saham sebelum memutuskan untuk menginvestasikan modalnya adalah menilai nilai perusahaan tersebut.¹² Konsep nilai perusahaan memiliki peran yang krusial karena tidak hanya merefleksikan kinerja finansial saat ini, tetapi juga memberikan wawasan mengenai potensi pertumbuhan dan perkembangan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek serta keberlanjutan bisnisnya. Harga saham di pasar, yang terbentuk melalui interaksi antara permintaan dan penawaran, menjadi indikator utama dalam menilai nilai pasar perusahaan. Dalam hal ini, harga

¹⁰ Estiani Sinta Dewi Teresia and Hermi Hermi, 'Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderating', *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 3.1 (2016), pp. 73–94, doi:10.25105/jmat.v3i1.4969.

¹¹ Harmono, *Manajemen Keuangan ; Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus Dan Riset Bisnis* (Bumi Aksara, 2014).

¹² Dewi Teresia and Hermi, 'Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderating'.

saham dianggap mencerminkan nilai intrinsik dari keseluruhan aset, kinerja operasional, keputusan investasi, serta strategi manajemen perusahaan. Oleh karena itu, nilai pasar perusahaan sering dianggap sebagai representasi akurat dari nilai sejati entitas bisnis tersebut.

Nilai perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham, sangat dipengaruhi oleh ketersediaan peluang investasi. Kehadiran peluang investasi sering kali menjadi sinyal positif terhadap potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Sebagai respons terhadap peluang tersebut, harga saham dapat mengalami kenaikan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan.¹³ Nilai perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang investasi yang tersedia. Kehadiran peluang investasi sering kali menjadi indikasi positif terhadap potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Sebagai tanggapan terhadap peluang tersebut, harga saham dapat mengalami kenaikan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Apriada & Suardikha (2016)¹⁴ pengukuran nilai perusahaan berdasarkan harga sahamnya sering kali menggunakan beberapa istilah umum, antara lain:

1. *Price to Book Value* (PBV) digunakan untuk membandingkan harga saham di pasar dengan nilai buku saham perusahaan, sehingga dapat menunjukkan apakah saham tersebut diperdagangkan di atas atau di bawah nilai aset bersihnya.
2. *Market to Book Assets Ratio* mencerminkan prospek investasi dan pertumbuhan perusahaan menurut pasar. Rasio ini menunjukkan perbandingan antara nilai aset perusahaan di pasar dengan nilai aset yang tercatat dalam laporan keuangan, sehingga dapat memberikan gambaran

¹³ Hwihanus, 'Nilai Perusahaan Badan Usaha Milik Negara Selama Pandemi Covid-19', *Riset & Jurnal Akuntansi*, 6.1 (2022), pp. 1–10.

¹⁴ Kadek Apriada and Made Sadha Suardikha, 'Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Struktur Modal Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan', *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 2 (2016), pp. 201–18.

tentang bagaimana pasar menilai aset perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya.

3. *Market Value of Equity* (MVE) merupakan nilai pasar ekuitas perusahaan berdasarkan penilaian para pelaku pasar. Nilai ini diperoleh dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga per lembar saham, sehingga mencerminkan persepsi pasar terhadap nilai ekuitas perusahaan.
4. *Enterprise Value* (EV) adalah metrik yang mencerminkan nilai pasar keseluruhan perusahaan. Perhitungannya dilakukan dengan menjumlahkan kapitalisasi pasar, total kewajiban, kepemilikan minoritas, dan saham preferen, kemudian dikurangi dengan total kas dan setara kas. EV memberikan gambaran lebih komprehensif tentang nilai perusahaan dibandingkan hanya melihat kapitalisasi pasarnya saja.
5. *Price Earnings Ratio* (PER) dihitung dengan membandingkan harga saham perusahaan dengan laba bersih per lembar saham (EPS). Rasio ini digunakan untuk menilai apakah saham suatu perusahaan tergolong murah atau mahal dibandingkan dengan laba yang dihasilkannya.
6. Tobin's Q adalah indikator yang membandingkan nilai pasar suatu perusahaan di pasar keuangan dengan biaya yang diperlukan untuk mengganti seluruh asetnya (*asset replacement value*). Rasio ini digunakan untuk menilai apakah perusahaan dihargai lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan dengan biaya penggantian asetnya.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). PBV menunjukkan sejauh mana pasar menilai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV, semakin besar kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan. Investor yang optimis terhadap kinerja dan masa depan perusahaan cenderung bersedia membayar harga saham lebih tinggi, sehingga meningkatkan rasio harga saham di pasar.¹⁵ Rumus PBV adalah:

¹⁵ Bulan Oktrima, 'PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris: PT. Mayora Indah, Tbk. Tahun 2011 – 2015)', 1.1 (2017), pp. 98–107.

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

Nilai buku per lembar saham mencerminkan jumlah aset bersih yang dapat dimiliki oleh pemegang saham untuk setiap lembar saham yang dimilikinya. Rumus untuk menghitung nilai buku per lembar saham adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai Buku Persaham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Pemilihan PBV sebagai pengukuran nilai saham dikarenakan memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

1. Stabilitas Intuitif: Nilai buku cenderung stabil dan mudah dipahami, sehingga memungkinkan perbandingan yang lebih jelas dengan harga pasar. Bagi investor yang ragu dalam menggunakan metode *discounted cash flow* (DCF), PBV dapat menjadi alat perbandingan yang efektif untuk menilai valuasi perusahaan.
2. Standar Akuntansi yang Konsisten: Nilai buku didasarkan pada standar akuntansi yang berlaku secara universal, sehingga memungkinkan perbandingan yang adil antar perusahaan sejenis. Dengan menggunakan PBV, investor dapat menilai apakah suatu perusahaan diperdagangkan dengan valuasi yang terlalu tinggi (*overvalued*) atau terlalu rendah (*undervalued*) di pasar.
3. Evaluasi Perusahaan dengan Pendapatan Negatif: PBV dapat digunakan untuk menilai perusahaan yang mengalami kerugian, di mana metode seperti *Price Earnings Ratio* (PER) tidak dapat diterapkan. Hal ini karena PBV mengacu pada nilai buku perusahaan, bukan laba, sehingga tetap relevan dalam mengevaluasi perusahaan dengan *earnings* negatif.

Al-Quran menjelaskan nilai perusahaan pada surah Al-Baqarah ayat 261:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ

حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٦١﴾

Artinya: *“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir; pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.”* (Q.S Al-Baqarah : 261)

Surat Al-Baqarah ayat 261 menekankan pentingnya amal kebajikan dalam Islam dengan perumpamaan seseorang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah, yang dilipatgandakan hingga ratusan kali lipat. Meskipun ayat ini tidak secara langsung membahas tentang nilai perusahaan, prinsip yang terkandung di dalamnya mencerminkan konsep investasi, di mana pengorbanan awal dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar di masa depan. Dalam dunia bisnis, investasi berperan dalam mendorong pertumbuhan perusahaan dengan meningkatkan kegiatan operasional, yang pada akhirnya dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Dengan melakukan investasi yang tepat, perusahaan memberikan sinyal kepada pemegang saham atau investor mengenai prospek bisnisnya, membantu mereka dalam menilai kualitas dan potensi pertumbuhan perusahaan.

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan dalam mengelola efektivitas operasional secara keseluruhan untuk menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu. Indikator ini mencerminkan seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai profit yang optimal. Ratio profitabilitas adalah ratio-ratio yang dapat digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Perusahaan yang berada pada posisi menguntungkan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dalam laporan tahunannya.¹⁶ Rasio ini sering menjadi faktor utama bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Selain itu, produktivitas juga dapat digunakan oleh organisasi sebagai alat evaluasi terhadap efektivitas manajemen dan administrasi. Dalam upaya

¹⁶ Alfiyan Fatahila and Irma Istiariyani, ‘The Influence of Tax Rates, Profitability, Assets, and Foreign Ownership on Transfer Pricing in Indonesia’s Mining Sector: Ethical Implications in Islamic Economics’, *Journal of Islamic Economics Management and Business (JIEMB)*, 6.1 (2024), pp. 65–86.

memperoleh keuntungan, investor mengalokasikan modalnya ke dalam bisnis yang dinilai memiliki prospek pertumbuhan dan profitabilitas yang baik.¹⁷

Semakin tinggi kemampuan suatu organisasi dalam memperoleh manfaat, semakin besar pula keuntungan yang diharapkan oleh investor, yang pada akhirnya meningkatkan apresiasi terhadap perusahaan yang unggul. Produktivitas berperan dalam mencerminkan hasil yang dicapai perusahaan dalam menciptakan nilai. Selain itu, keinginan perusahaan untuk mencapai keuntungan menunjukkan pendekatan yang lebih berhati-hati dan konservatif dalam pengelolaan bisnisnya. Beberapa perhitungan untuk mengukur profitabilitas:

1. *Gross Profit Margin (GPM)*

Rasio GPM menunjukkan persentase laba kotor yang diperoleh dari setiap pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan. Rasio ini membantu dalam menilai efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya produksi dan menentukan seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh sebelum dikurangi biaya operasional lainnya. Semakin tinggi rasio GPM, semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya produksi dan meningkatkan profitabilitas.

2. *Operating Margin (OM)*

Rasio OM mengukur sejauh mana perusahaan dapat mengubah pendapatannya menjadi laba operasional sebelum pajak. Rasio ini mengevaluasi efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan, termasuk dalam aspek pemasaran, produksi, serta manajemen sumber daya manusia. Semakin tinggi rasio OM, semakin baik perusahaan dalam mengendalikan biaya operasional dan memaksimalkan profitabilitas dari aktivitas bisnisnya.

¹⁷ Mita Kurnia Rizki, Ratno Agriyanto, and Dessy Noor Farida, 'The Effect of Sustainability Report and Profitability on Company Value: Evidence from Indonesian Sharia Shares', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10.1 (2019), pp. 117–40, doi:10.21580/economica.2019.10.1.3747.

3. *Net Profit Margin (NPM)*

Rasio NPM memiliki fungsi yang hampir sama dengan rasio *Operating Margin (OM)*, namun dengan perbedaan utama pada perhitungannya. Rasio NPM mengukur persentase laba bersih yang diperoleh dari total penjualan, setelah dikurangi semua biaya operasional, pajak, bunga, dan beban lainnya. Rasio ini memberikan gambaran lebih menyeluruh tentang profitabilitas perusahaan, karena mencerminkan efisiensi dalam mengelola seluruh aspek keuangan hingga mencapai laba bersih.

4. *Return on Equity (ROE)*

ROE mencerminkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari ekuitas yang dimilikinya. Rasio ini menunjukkan seberapa besar laba yang dapat diperoleh investor dari setiap rupiah yang diinvestasikan dalam perusahaan. Semakin tinggi ROE, semakin baik kinerja perusahaan dalam memanfaatkan modal pemegang saham untuk menghasilkan profit.

5. *Return on Asset (ROA)*

ROA memiliki kegunaan yang hampir sama dengan Return on Equity (ROE), namun perbedaannya terletak pada perbandingan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. ROA mengukur seberapa efektif dan efisien perusahaan dalam menghasilkan laba dari asetnya. Semakin tinggi ROA, semakin baik perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menciptakan keuntungan, menunjukkan efisiensi operasional yang lebih optimal.

Penelitian ini mengukur profitabilitas menggunakan *Return on Assets (ROA)* karena indikator ini dapat memberikan gambaran mengenai efisiensi manajemen dalam mengelola aset perusahaan. Semakin tinggi ROA, semakin besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Stabilitas peningkatan ROA mencerminkan daya tahan dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan menjadikan perusahaan lebih menarik bagi calon pemodal. Rasio ini memberikan wawasan kepada investor tentang sejauh mana perusahaan dapat

mengoptimalkan asetnya untuk mencapai keuntungan maksimal. Oleh karena itu, ROA menjadi salah satu rasio penting dalam mengukur profitabilitas perusahaan dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Rumus untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Profitabilitas dalam perspektif Islam diartikan sebagai kemampuan suatu organisasi dalam memperoleh manfaat dengan cara yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam Islam, istilah "tambahan" atau "riba" merujuk pada keuntungan yang diperoleh secara tidak sah, sedangkan *ribh* (laba) dan *ribāḥah* (keuntungan perdagangan) mengacu pada keuntungan yang diperoleh dari transaksi bisnis yang sah dan etis. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 16 yang berbunyi:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهَدَىٰ فَمَا رَبِحَتْ تِجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ ﴿١٦﴾

Artinya: “Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.” (Q.S Al-Baqarah : 16)

Berdasarkan makna ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa perdagangan yang dilakukan dengan cara yang tidak baik atau menyimpang tidak akan mendatangkan keuntungan yang hakiki. Untuk memperoleh keuntungan dalam berdagang, seseorang harus memulainya dengan niat yang baik dan tulus karena Allah. Jika perdagangan dilakukan dengan cara yang jujur dan sesuai dengan prinsip syariah, maka usaha tersebut akan berjalan dengan lancar dan berada dalam ridho Allah. Dalam dunia bisnis, kejujuran menjadi kunci utama. Ketidakjujuran dalam perdagangan, seperti menipu atau merugikan pihak lain, pada akhirnya akan membawa dampak negatif, baik dalam bentuk hilangnya kepercayaan pelanggan maupun kerugian finansial. Oleh karena itu, menjalankan usaha dengan integritas tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan keberkahan dalam jangka panjang.

2.4 Leverage

Rasio *Leverage* adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana perusahaan bergantung pada utang dalam struktur keuangannya, dibandingkan dengan modal atau aset yang dimilikinya. Rasio ini membantu dalam menilai tingkat pendanaan perusahaan yang berasal dari pihak eksternal dan sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk membiayai operasionalnya. Semakin tinggi rasio *leverage*, semakin besar ketergantungan perusahaan terhadap utang, yang dapat meningkatkan risiko keuangan, tetapi juga berpotensi meningkatkan keuntungan jika dikelola dengan baik.¹⁸ Menurut beberapa sumber dijelaskan *leverage* sebagai berikut:

1. Menurut Kasmir dalam penelitian Nina dkk (2018) Rasio solvabilitas, atau *leverage ratio*, digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya serta menilai tingkat risiko keuangan yang dihadapi. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar proporsi utang dalam struktur pendanaan perusahaan, yang dapat meningkatkan risiko tetapi juga memberikan peluang pertumbuhan jika dikelola dengan strategi keuangan yang tepat.¹⁹
2. Menurut Nawang dkk (2019) *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam struktur keuangannya. Rasio ini menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dibandingkan dengan ekuitas yang dimiliki. Selain itu, *leverage* juga berfungsi sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka panjang. Semakin tinggi rasio *leverage*, semakin besar risiko keuangan perusahaan, tetapi jika

¹⁸ Sofyan Safri Harahap, 'Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan' (Rajawali Pers, 2010), p. 306.

¹⁹ Nina Sabrina and Betri, 'Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 3.1 (2018), pp. 324–33, doi:10.9785/9783504387686-103.

dikelola dengan baik, utang dapat menjadi alat untuk mempercepat pertumbuhan bisnis dan meningkatkan profitabilitas.²⁰

3. Menurut Febri Ramadhani (2019) *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya kepada pihak eksternal, terutama yang berkaitan dengan utang. Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan bergantung pada pembiayaan dari pihak lain dalam operasionalnya. Semakin tinggi tingkat *leverage*, semakin besar proporsi utang dalam struktur modal perusahaan, yang dapat meningkatkan risiko keuangan tetapi juga berpotensi memberikan keuntungan jika dikelola dengan baik.²¹

Perusahaan menggunakan rasio *leverage* untuk memahami posisi keuangan mereka terhadap kreditor serta menilai dampak utang terhadap pengelolaan aset. Rasio ini membantu perusahaan dalam mengevaluasi sejauh mana utang berkontribusi dalam mendanai aset dan bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja keuangan. Selain itu, rasio *leverage* juga digunakan untuk mengukur proporsi aset yang dibiayai oleh utang dibandingkan dengan ekuitas, sehingga perusahaan dapat menilai keseimbangan dalam struktur modalnya. Selain itu, perusahaan memanfaatkannya untuk menilai kemampuan dalam memenuhi kewajiban tetap seperti pembayaran angsuran pinjaman dan bunga, guna menghindari risiko gagal bayar yang dapat berdampak pada stabilitas finansial. Dengan memahami dan mengelola rasio *leverage* secara efektif, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pendanaan, meningkatkan profitabilitas, dan menjaga kepercayaan investor serta kreditor.²²

²⁰ Nawang Kalbuana and others, 'Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di JII Tahun 2013-2017)', *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.2 (2019), p. 233, doi:10.21043/aktsar.v2i2.6037.

²¹ Febry Ramadhani, Desmiyawati, and Pipin Kurnia, 'PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN DEWAN PENGAWAS SYARIAH TERHADAP PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2010-2014)', *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 2016, pp. 2488–2500.

²² Monicha Lorenza, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2.2 (2021), pp. 129–42, doi:10.55587/jla.v2i2.52.

Leverage dapat memberikan keuntungan dalam bentuk pengembalian yang lebih tinggi, tetapi juga membawa risiko finansial karena perusahaan harus memenuhi kewajiban pembayaran bunga atas utangnya. Semakin besar penggunaan utang, semakin tinggi potensi keuntungan, tetapi juga semakin besar risiko yang harus ditanggung perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengelola *leverage* dengan seimbang agar tidak membebani kondisi keuangan. *Leverage* dapat diukur menggunakan berbagai rasio keuangan, seperti:

1. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Debt to Equity Ratio (DER) adalah rasio keuangan yang mengukur sejauh mana perusahaan mendanai asetnya dengan utang dibandingkan dengan ekuitas (modal sendiri). Rasio ini memberikan gambaran tentang struktur keuangan perusahaan, menunjukkan proporsi utang terhadap modal yang dimiliki. Semakin tinggi DER, semakin besar ketergantungan perusahaan pada utang, yang dapat meningkatkan risiko keuangan, tetapi juga berpotensi memberikan manfaat jika utang digunakan secara produktif untuk pertumbuhan bisnis.

2. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

Debt to Asset Ratio (DAR) adalah rasio keuangan yang mengukur sejauh mana total aset perusahaan dibiayai oleh utang. Rasio ini menunjukkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam struktur pendanaannya. Semakin tinggi DAR, semakin besar proporsi aset yang dibiayai oleh utang, yang dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan. Namun, jika dikelola dengan baik, penggunaan utang yang optimal dapat membantu perusahaan dalam ekspansi dan pertumbuhan bisnis.

3. *Equity Multiplier*

Equity Multiplier adalah rasio keuangan yang mengukur proporsi pendanaan aset perusahaan yang berasal dari ekuitas pemegang saham. Rasio ini mencerminkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam struktur modalnya. Semakin tinggi *Equity Multiplier*, semakin besar ketergantungan perusahaan pada utang dibandingkan dengan ekuitas. Rasio

ini membantu investor dan analis dalam menilai tingkat risiko keuangan serta strategi pendanaan yang diterapkan oleh perusahaan.

4. *Interest Coverage Ratio (ICR)*

Interest Coverage Ratio (ICR) adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar bunga atas utangnya. Rasio ini menunjukkan seberapa besar laba operasional yang tersedia untuk menutupi biaya bunga, sehingga memberikan gambaran tentang stabilitas keuangan perusahaan. Semakin tinggi ICR, semakin baik posisi keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bunganya, yang mengindikasikan risiko gagal bayar yang lebih rendah. Sebaliknya, ICR yang rendah dapat menunjukkan potensi kesulitan dalam membayar bunga utang, yang dapat berdampak pada kesehatan finansial perusahaan.

Penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)* sebagai pengukuran untuk *leverage*, karena rasio ini dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana perusahaan bergantung pada utang dalam mendanai asetnya. DER digunakan untuk menilai tingkat risiko keuangan perusahaan, di mana semakin tinggi rasio ini, semakin besar proporsi aset yang dibiayai oleh utang dibandingkan dengan ekuitas. Dengan menggunakan DER, penelitian ini dapat mengukur sejauh mana struktur pendanaan perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Rasio ini juga membantu investor dan analis dalam menilai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya serta efektivitas pengelolaan utang dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Rumus untuk menghitung DER adalah:

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

Dalam Islam, penggunaan utang (*leverage*) harus dikelola dengan prinsip yang adil dan sesuai dengan syariat, terutama dengan menghindari riba (bunga) yang dilarang dalam Al-Qur'an. Salah satu ayat yang relevan dengan konsep *leverage*, khususnya terkait penggunaan utang dan kewajiban untuk membayarnya adalah:

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ

وَجَهَ اللَّهُ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).” (Q.S Ar-Rum : 39)

Ayat ini mengingatkan bahwa keuntungan yang diperoleh dari sistem riba (bunga) tidak memiliki keberkahan. Dalam kaitannya dengan *leverage*, perusahaan sebaiknya mencari sumber pendanaan yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah, seperti pembiayaan berbasis bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*) daripada menggunakan utang berbunga yang dapat menambah risiko finansial.

2.5 Ukuran Perusahaan

Besarnya suatu perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan sering kali menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh investor sebelum mengambil keputusan investasi. Perusahaan dengan skala besar umumnya dianggap lebih stabil, memiliki akses lebih luas terhadap sumber daya, serta lebih mampu bertahan dalam kondisi pasar yang tidak menentu. Investor cenderung lebih tertarik pada perusahaan besar karena mereka sering kali memiliki reputasi yang lebih baik, aset yang lebih banyak, serta potensi pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu, perusahaan berukuran besar juga biasanya memiliki akses lebih mudah ke pendanaan eksternal dan memiliki peluang ekspansi yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan daya tarik investasi di mata para pemegang saham.²³ Total aset dan total penjualan sebuah perusahaan menjadi indikator utama dalam menilai ukuran perusahaan. Semakin besar total

²³ Eka Indriyani, ‘Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan’, *Akuntabilitas*, 10.2 (2017), pp. 333–48, doi:10.15408/akt.v10i2.4649.

aset yang dimiliki, semakin besar pula kapasitas perusahaan dalam menjalankan operasional dan mengembangkan bisnisnya.²⁴ Ada 3 kategori ukuran perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional, yaitu:

1. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki total aset bersih maksimal 200 juta rupiah dan mencatatkan total penjualan setidaknya 1 miliar rupiah per tahun.
2. Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki total aset bersih antara 1 hingga 10 miliar rupiah serta mencatatkan total penjualan tahunan lebih dari 1 miliar rupiah tetapi tidak melebihi 50 miliar rupiah.
3. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki total aset bersih lebih dari 10 miliar rupiah serta mencatatkan total penjualan tahunan melebihi 50 miliar rupiah.²⁵

Perusahaan berukuran besar memiliki kendali pasar yang lebih kuat dibandingkan dengan perusahaan menengah maupun kecil. Hal ini membuat perusahaan besar lebih dipandang sebagai entitas yang menjanjikan serta lebih mampu bersaing dalam dinamika ekonomi. Menurut Riyanto, ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan total ekuitas, jumlah penjualan, total aset, atau jumlah saham yang beredar.²⁶ Semakin beragam atau kompleks kegiatan usaha yang dijalankan oleh suatu perusahaan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan semakin besar. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata masyarakat, terutama bagi para investor. Investor cenderung memberikan respons positif terhadap perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan dalam ekspansi bisnisnya. Respons positif ini pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.²⁷ Ukuran

²⁴ Lumoly and others, 'PENGARUH LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN', *Jurnal EMBA*, 2018.

²⁵ Roviqotus Suffah and Akhmad Riduwan, 'Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5.2 (2016), pp. 22460–0585.

²⁶ Dewi Kusuma Wardani and Desi Khoiriyah, 'Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak', *Akuntansi Dewantara*, 2.1 (2018), pp. 25–36.

²⁷ Sujoko Sujoko, 'Pengaruh Struktur Kepemilikan, Strategi Diversifikasi, *Leverage*, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Dan Non Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta)', *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 11.2 (2018), pp. 236–54, doi:10.24034/j25485024.y2007.v11.i2.317.

perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Sudarsi menjelaskan, ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Ln of total aktiva}$$

Ukuran suatu perusahaan yang besar mencerminkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari para stakeholder. Seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan, tanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang transparan dan akurat juga semakin besar. Dengan penyampaian informasi yang jelas dan sesuai dengan kondisi perusahaan, kepercayaan pihak eksternal dapat tetap terjaga, sehingga stabilitas perusahaan tidak terganggu. Investasi yang dilakukan oleh stakeholder menunjukkan adanya keterlibatan mereka dalam kepemilikan perusahaan, yang berarti mereka memiliki kepentingan terhadap perkembangan dan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan wajib menggunakan sumber daya yang ada dengan tepat dan sesuai dengan amanah yang diberikan.

Dalam ajaran Islam, harta tidak semata-mata dipandang sebagai milik pribadi, melainkan sebagai amanah atau titipan dari Allah SWT yang harus dijaga dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Setiap individu maupun lembaga dituntut untuk menggunakan harta tersebut secara bijaksana, bertanggung jawab, dan senantiasa mematuhi ketentuan serta prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan sunnah. Dalam kaitannya dengan dunia usaha, perusahaan memiliki posisi penting sebagai entitas yang dipercaya oleh para pemangku kepentingan (stakeholder), termasuk pemegang saham, konsumen, dan masyarakat luas, untuk mengelola harta atau sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Kepercayaan ini menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus pada keuntungan semata. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki kewajiban untuk mengelola dan memanfaatkan setiap sumber daya yang dimiliki dengan cara yang bertanggung jawab, transparan, dan adil, sebagaimana amanah yang telah diberikan, serta selaras dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam firman Allah SWT.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَآ إِلَى الْحُكَامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ

بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.” (Q.S Al-Baqarah : 188)

Ayat tersebut menegaskan bahwa Al-Qur'an melarang seseorang mengambil atau menggunakan harta orang lain dengan cara yang tidak benar, seperti mencuri atau tindakan yang tidak sesuai dengan syariat. Dalam konteks hubungan antara perusahaan dan stakeholder, perusahaan yang diberikan amanah untuk mengelola harta stakeholder harus memastikan bahwa aset tersebut digunakan dengan baik untuk kepentingan perusahaan. Perusahaan tidak boleh menyalahgunakan aset tersebut untuk kepentingan pribadi, tetapi harus mengelolanya secara transparan dan bertanggung jawab sesuai dengan prinsip kejujuran dan keadilan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1	Siska Putri Andriyanti & Khuzaini (2023)	Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan	Profitabilitas (X1), Likuiditas (X2), Nilai Perusahaan (Y), Ukuran Perusahaan (Z)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
				memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. ²⁸
2	Christian Febianto & Merry Susanti (2024)	<i>The Influence of Profitability, Leverage, and Firm Size on Firm Value of The Banking Sector Listed on The Indonesian Stock Exchange</i>	<i>Profitability (X1), Leverage (X2), Firm Size (X3), Firm Value (Y)</i>	<i>The results show that profitability (ROA) has a positive and significant effect on firm value, leverage (DAR) has a positive and significant effect on firm value, and firm size also has a positive and significant effect on company value.</i> ²⁹
3	Eko Edy Susanto & Zuli Suryani (2024)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan (X1), <i>Leverage</i> (X2), Profitabilitas (X3), Nilai Perusahaan (Y)	Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE), <i>leverage</i> (DER), dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE), <i>leverage</i> (DER), dan profitabilitas (ROA)

²⁸ Siska Putri Andriyanti and Khuzaini, 'Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2023.

²⁹ Christian Febianto and Merry Susanti, 'The Influence of Profitability, Leverage, and Firm Size on Firm Value of the Banking Sector Listed on the Indonesian Stock Exchange', *International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB)*, 2.3 (2024), pp. 195–205.

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
				berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). ³⁰
4	Vidia Nanda Kusuma & Mahroji (2024)	Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Sektor <i>Coal Production</i> yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023	Likuiditas (X1), <i>Leverage</i> (X2), Profitabilitas (X3), Nilai Perusahaan (Y)	Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diuji berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor produksi batubara periode 2020-2023. ³¹
5	Heri Ispriyahadi & Budiman Abdullah (2021)	Analysis of The Effect of Profitability, <i>Leverage</i> and Firm Size on Firm Value	Profitability (X1), <i>Leverage</i> (X2), Firm Size (X3), Firm Value (Y)	Hasil penelitian ini adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan, sedangkan <i>leverage</i> memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. ³²
6	Lely Indrianty, Pungki Reiman, Gen Norman Thomas (2024)	Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran	Profitabilitas (X1), <i>Leverage</i> (X2), Ukuran Perusahaan (X3), Nilai	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Ukuran Perusahaan secara simultan

³⁰ Edy Susanto and Zuli Suryani, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', 3.9 (2024), pp. 2413–26.

³¹ Vidia Nanda Kusuma and Mahroji Mahroji, 'Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Sektor Coal Production Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020-2023', *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4.3 (2024), pp. 1236–51, doi:10.37481/jmh.v4i3.1073.

³² Heri Ispriyahadi and Budiman Abdullah, 'Analysis of The Effect of Profitability, Leverage and Firm Size on Firm Value', *Journal of Business, Management, and Accounting*, 3.2 (2021), pp. 64–80.

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
		Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman	Perusahaan (Y)	berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai perusahaan, dan sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. ³³
7	Jeanne Yovita Carolin & Clara Susilawati (2024)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan (X1), Profitabilitas (X2), <i>Leverage</i> (X3), Nilai Perusahaan (Y)	Hasil penelitian menemukan ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas serta <i>leverage</i> memengaruhi nilai perusahaan. ³⁴
8	Icha Annisa, IGKA Uluputi, Tri Hesti Utaminingtyas (2023)	Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	Laporan Keberlanjutan (X1), Profitabilitas (X2), <i>Leverage</i> (X3), Nilai Perusahaan (Y)	Hasil penelitian ini memberikan bukti secara empiris bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan, profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol

³³ Lely Indriaty, Pungki Reiman, and Gen Norman Thomas, 'Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan Dan Minuman', *Ikraith-Ekonomika*, 7.1 (2024), pp. 220–32, doi:10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3307.

³⁴ Jeanne Yovita Carolin and Clara Susilawati, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', *Jesya*, 7.1 (2024), pp. 588–97, doi:10.36778/jesya.v7i1.1447.

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
				berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. ³⁵
9	Heliani, Nur Hidayah K Fadhillah, Meutia Riani (2023)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas (X1), Ukuran Perusahaan (X2), <i>Leverage</i> (X3), Nilai Perusahaan (Y)	Secara parsial profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. ³⁶
10	Angryani Bertha Lamba & Apriani Dorkas Rambou Atahau (2022)	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Profitabilitas	<i>Leverage</i> (X), Nilai Perusahaan (Y), Profitabilitas (Z)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kemudian <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

³⁵ Icha Annisa, Igka Ulupui, and Tri Hesti Utaminingtyas, 'Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Revenue*, 4 (2023), pp. 327–41.

³⁶ Heliani, Nur Hidayah K Fadhillah, and Meutia Riany, 'Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5.1 (2023), pp. 16–31, doi:10.52005/aktiva.v5i1.177.

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
				Sedangkan profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan. ³⁷
11	Rafli Irham Al-fafa Suharto & Imron Rosyadi (2023)	<i>The Effect of Profitability, Leverage, and Liquidity on Company Value</i>	<i>Profitability (X1), Leverage (X2), Liquidity (X3), Company Value (Y)</i>	<i>Profitability ratios, liquidity has a negative and insignificant effect on firm value. The leverage ratio has a positive and significant effect on firm value. Profitability, leverage, and liquidity ratios together have a positive and significant effect on firm value.</i> ³⁸
12	Ida Veronika Panjaitan & Diana Supriyati (2023)	<i>The Effect of Profitability and Leverage on Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable</i>	Profitabilitas (X1), Leverage (X2) Pengungkapan Sustainability Report (Y), Ukuran Perusahaan (Z)	Profitabilitas Awalnya negatif terhadap PBV; tapi diperkuat menjadi positif oleh ukuran perusahaan, Leverage Positif & signifikan terhadap PBV, Memperkuat pengaruh ROA terhadap PBV bagi perusahaan, namun Ukuran perusahaan tidak memoderasi

³⁷ Angryani Bertha Lamba and Apriani Dorkas Rambu Atahau, 'Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimediasi Profitabilitas', *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6.1 (2022), pp. 16–31, doi:10.18196/rabin.v6i1.12698.

³⁸ Rafli Irham Al-fafa Suharto and Imron Rosyadi, 'The Effect of Profitability, Leverage, and Liquidity on Company Value', *Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 657.2 (2023), pp. 72–80.

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
				pengaruh <i>leverage</i> terhadap PBV. ³⁹
13	Alhayra et al. (2023)	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	Profitabilitas (X), Nilai Perusahaan (Y), Ukuran Perusahaan (Z)	ukuran perusahaan tidak hanya berperan langsung, tetapi juga mempengaruhi cara profitabilitas bekerja terhadap nilai perusahaan. ⁴⁰
14	Arrum Septiana & Zulkifli (2024)	Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	Profitabilitas, (X1), <i>leverage</i> (X2), Nilai Perusahaan (Y), Ukuran Perusahaan (Z)	Profitabilitas dan <i>leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. □ Namun, ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan (semakin besar ukuran, semakin kuat pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan). ⁴¹

³⁹ Ida Veronika Panjaitan and Diana Supriyati, 'The Effect of Profitability and Leverage on Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable', *Research of Finance and Banking*, 1.1 (2023), pp. 34–46, doi:10.58777/rfb.v1i1.34.

⁴⁰ Abdul Rauf Alhayra and others, 'The Effect of Profitability on Company Value with Company Size as a Moderating Variable Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5.1 (2024), pp. 2669–80 <<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>>.

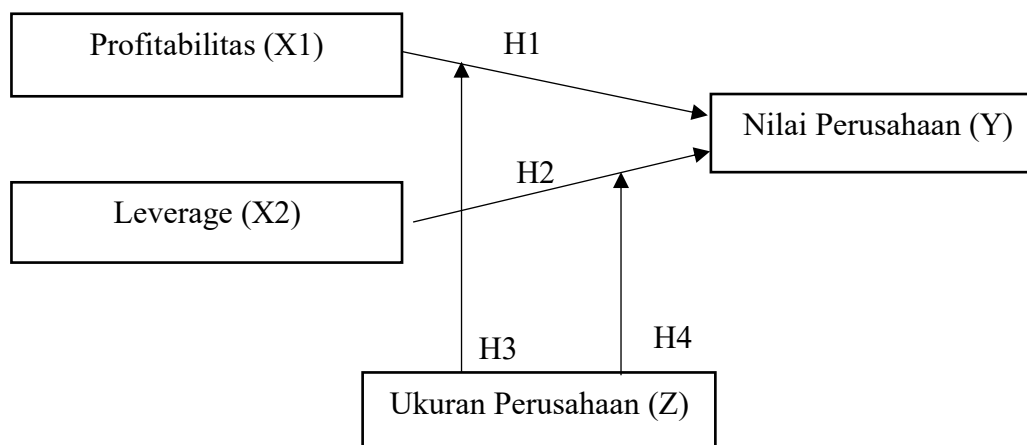
⁴¹ Arrum Septiana Prodi Akuntansi STIE Widya Wiwaha Yogyakarta and Zulkifli Prodi Akuntansi STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, 'Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 24.1 (2024), pp. 2623–50.

Tabel berikut menjelaskan penelitian terdahulu yang bertujuan untuk memberikan landasan teoritis yang kuat, menunjukkan perkembangan ilmu di bidang tersebut, serta mengidentifikasi celah atau kekurangan yang dapat diisi oleh penelitian baru. Melalui penelitian terdahulu, peneliti dapat mengetahui teori, metode, dan hasil yang telah dihasilkan sebelumnya sehingga dapat menghindari duplikasi dan memperkaya penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu biasanya disusun dengan mencantumkan identitas penelitian, tujuan, metode, hasil, serta relevansi terhadap penelitian yang sedang dilakukan. Selain itu, bagian ini juga berfungsi untuk memperjelas posisi penelitian baru dalam konteks studi yang sudah ada, baik dengan memperkuat, mengembangkan, atau bahkan menawarkan temuan yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

2.7 Kerangka Teoritis

Berdasarkan pembahasan pada tinjauan pustaka di atas, maka dapat disusun penjelasan bagaimana profitabilitas dan *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi melalui kerangka pemikiran teoritik penelitian berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Teoritis



2.8 Pengaruh Antar Variabel terhadap Pengembangan Hipotesis

2.9.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kapasitas suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu berdasarkan tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang dimilikinya. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menjadi faktor utama bagi investor maupun calon investor dalam menentukan pilihan perusahaan yang akan mereka investasikan. Perusahaan yang mampu menjaga kestabilan dan meningkatkan laba dipandang sebagai sinyal positif oleh investor, karena peningkatan laba mencerminkan kinerja yang baik dan berpotensi meningkatkan harga saham perusahaan. Sejalan dengan teori sinyal, informasi mengenai peningkatan laba ini memberikan indikasi kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan menarik lebih banyak investasi. Jika harga saham meningkat, maka kesejahteraan investor semakin terjamin. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung menarik minat banyak investor karena dianggap menguntungkan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum & Iswara (2022) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal yang sama juga dibuktikan pada penelitian Andriyanti & Khuzaini (2022) yang mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat karena profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mengoptimalkan pengelolaan aset agar dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar di setiap periode. Berdasarkan pemaparan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan yaitu:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.9.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan penggunaan utang oleh perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional dan investasi. Pemanfaatan *leverage* yang dikelola dengan baik dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai stabilitas keuangan dan prospek pertumbuhan perusahaan. Sejalan dengan teori sinyal, keputusan perusahaan dalam menggunakan utang yang tinggi dapat diartikan sebagai indikator bahwa manajemen yakin terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa depan. Selain itu, *leverage* juga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan melalui manfaat pengurangan pajak penghasilan, yang semakin memperkuat kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sari (2021) *Leverage* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sebagaimana didukung oleh berbagai penelitian empiris yang menunjukkan bahwa penggunaan utang secara optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Harahap & Halim (2022) bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis kedua yang diajukan yaitu:

H2: *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.9.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui teori sinyal, yang menyatakan bahwa informasi keuangan yang diungkapkan perusahaan, seperti laba bersih yang tinggi, dapat berfungsi sebagai sinyal positif kepada investor. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan karena investor cenderung lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik. Ukuran Perusahaan dapat berperan sebagai faktor yang memperkuat

hubungan ini dengan meningkatkan efisiensi operasional, transparansi, dan daya saing perusahaan, sehingga semakin meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tidak bersifat mutlak dan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi berperan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Pingkan dan Pratiwi (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki akses modal yang lebih luas, sistem manajemen yang lebih matang, serta reputasi dan kredibilitas yang lebih tinggi di mata investor. Oleh karena itu, sinyal profitabilitas yang dikirimkan oleh perusahaan besar cenderung lebih dipercaya oleh pasar dan berdampak lebih kuat terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, pada perusahaan kecil, sinyal profitabilitas mungkin dianggap kurang meyakinkan karena keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian jangka panjang. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dapat diajukan yaitu:

H3: Ukuran Perusahaan memperkuat hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

2.9.4 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui teori sinyal (*signaling theory*), yang menyatakan bahwa keputusan manajerial, termasuk kebijakan pembiayaan, dapat digunakan sebagai sinyal untuk menyampaikan informasi kepada investor. Peningkatan *leverage* dapat diinterpretasikan sebagai sinyal positif jika menunjukkan bahwa manajemen memiliki keyakinan terhadap prospek dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas untuk membayar utangnya. Sinyal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong kenaikan nilai

perusahaan. Namun, dalam situasi tertentu, *leverage* yang tinggi juga dapat diartikan sebagai sinyal negatif yang mencerminkan tingginya risiko keuangan, sehingga menurunkan nilai perusahaan.

Dalam konteks ini, ukuran perusahaan berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar biasanya memiliki akses pembiayaan yang lebih luas, reputasi yang lebih kuat, serta manajemen risiko yang lebih mapan. Oleh karena itu, ketika perusahaan besar meningkatkan *leverage*, investor cenderung meresponsnya secara positif karena sinyal yang disampaikan dianggap kredibel dan didukung oleh kapasitas keuangan yang stabil. Sebaliknya, pada perusahaan kecil, sinyal dari *leverage* tinggi sering kali dianggap kurang meyakinkan, bahkan menimbulkan kekhawatiran terhadap risiko gagal bayar, karena keterbatasan dalam sumber daya dan stabilitas keuangan. Oleh karena itu, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan akan berbeda tergantung pada ukuran perusahaan.

Berdasarkan penjelasan teori dan penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya interaksi antara struktur modal dan karakteristik perusahaan, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H4: Ukuran Perusahaan memperkuat hubungan antara *leverage* dan Nilai Perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan kuantitatif dalam proses pengumpulan data. Data sekunder dapat didefinisikan sebagai data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak yang mengumpulkan data primer atau oleh pihak lain, seperti catatan, bukti, atau laporan historis.⁴²

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari situs resmi BEI, yaitu www.idx.co.id. Data yang digunakan berupa laporan tahunan perusahaan yang telah terdaftar sebagai perusahaan *go public* pada periode 2021-2024. Berdasarkan sifatnya, data ini tergolong sebagai data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan memiliki nilai yang pasti.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merujuk pada kumpulan individu, objek, atau peristiwa yang memiliki karakteristik serupa dan menjadi fokus dalam suatu penelitian.⁴³ Populasi dapat terdiri dari sekumpulan orang, benda, atau fenomena tertentu yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dalam penelitian kuantitatif, populasi menjadi sumber utama data yang akan dianalisis, sehingga pemilihan populasi yang tepat sangat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021-2024. Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pasar saham utama di Indonesia yang mencakup berbagai perusahaan dari berbagai sektor industri. Total perusahaan yang terdaftar di BEI bervariasi setiap tahunnya, dengan adanya

⁴² Ma'aruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aswaja Pressindo, 2015).

⁴³ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviana Rizal, and Riza Bahtiar Sulistyan, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3* (Widya Gama Press, 2021).

mekanisme seleksi dan perubahan daftar perusahaan yang tercatat. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan berjumlah 48 perusahaan selama periode 2021-2024.

3.2.2 Sampel Penelitiain

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan serta memiliki karakteristik yang sesuai dengan populasi tersebut.⁴⁴ Sampel digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data yang dapat dianalisis tanpa harus meneliti seluruh anggota populasi, sehingga proses penelitian menjadi lebih efisien. Pemilihan sampel yang tepat sangat penting agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi secara akurat.

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang setara bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk terpilih sebagai bagian dari sampel. Berikut ini beberapa jenis dari teknik *non-probability sampling*.⁴⁵ Dalam metode ini, peneliti menggunakan kriteria subjektif untuk memilih anggota populasi yang menjadi sampel agar populasi tidak memiliki peluang yang sama. Sedangkan sampel penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan.⁴⁶ Metode dan teknik ini digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan sesuai dengan konteks penelitian. Kriteria khusus yang dijadikan sebagai acuan untuk menarik sampel pada penelitian ini yaitu:

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2019).

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2018).

⁴⁶ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Zifatama Publishing, 2008).

1. Perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024.
2. Perusahaan sektor teknologi yang konsisten menerbitkan laporan keuangan periode 2021-2024.
3. Perusahaan sektor teknologi yang menampilkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
4. Perusahaan sektor teknologi yang tidak pernah mengalami kerugian selama periode penelitian.

Adapun jumlah sampel yang dijadikan sebagai acuan pada penelitian ini yaitu:

Tabel 3.1

Kriteria

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024	40
2	Perusahaan sektor teknologi yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan periode 2021-2024	(2)
3	Perusahaan sektor teknologi yang menampilkan laporan keuangan tidak dalam mata uang rupiah	(1)
4	Perusahaan sektor teknologi yang pernah mengalami kerugian selama periode 2021-2024	(23)
	Jumlah sampel	14
	Data yang di olah x 4 (tahun penelitian)	56

3.3 Variabel Penelitian

Variabel operasional berfungsi untuk menetapkan jenis indikator serta skala dari variabel dalam suatu penelitian. Variabel penelitian sendiri merupakan karakteristik atau nilai yang dimiliki oleh individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis serta disimpulkan.⁴⁷ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

3.3.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang telah dipercayakan kepadanya, yang umumnya dikaitkan dengan harga saham. Dalam penelitian ini, mengadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo (2009) nilai perusahaan diukur menggunakan metode *Price Book Value* (PBV)⁴⁸, yang diproksikan dengan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga saham perlembar}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

Nilai buku (BV) dari setiap aset setara dengan modal sahamnya, sehingga nilai buku per saham dihitung berdasarkan modal saham dengan jumlah saham beredar terbesar. Pengukuran nilai buku perlembar saham diadaptasi dari penelitian Rahardjo (2009) maka nilai buku perlembar saham dihitung dengan:⁴⁹

$$\text{Nilai buku perlembar saham} = \frac{\text{Ekuitas saham biasa}}{\text{Jumlah lembar saham yang beredar}}$$

Rasio *Price Book Value* (PBV) menunjukkan seberapa besar investor bersedia membayar suatu saham dibandingkan dengan nilai buku per sahamnya. Perusahaan dengan kinerja yang baik biasanya memiliki rasio PBV lebih dari satu (>1), yang mengindikasikan bahwa nilai pasar sahamnya lebih tinggi daripada nilai bukunya. Semakin tinggi rasio PBV, semakin besar penilaian investor terhadap perusahaan dibandingkan dengan modal yang telah diinvestasikan.

3.3.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit atau laba selama periode tertentu. Profitabilitas juga dianggap sebagai

⁴⁸ Rahardjo Budi, *Dasar-Dasar Analisis Fundamental Saham Laporan Keuangan Perusahaan* (Penerbit Gajah Mada University Press., 2009).

⁴⁹ Budi, *Dasar-Dasar Analisis Fundamental Saham Laporan Keuangan Perusahaan*.

ukuran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan, yang dinilai berdasarkan laba yang diperoleh. Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan analisis *Return on Assets* (ROA). Rasio ROA adalah rasio laba bersih terhadap total aset, yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Pada penelitian Suhartono (2023) ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:⁵⁰

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

3.3.3 *Leverage*

Leverage merupakan kebijakan perusahaan mengenai proporsi utang yang digunakan untuk mendanai aktivitas operasionalnya. *Leverage* dapat diukur menggunakan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER). Analisis *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan perbandingan antara utang dan ekuitas, yang mencerminkan struktur modal perusahaan sebagai sumber pendanaan usaha. Berdasarkan penelitian Kasmir (2015) rumus untuk menghitung DER adalah sebagai berikut:⁵¹

$$\text{DER} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

3.3.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan seberapa besar suatu perusahaan, yang dapat diukur berdasarkan total aset, jumlah penjualan, serta kapitalisasi pasarnya. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya semakin tinggi pula sumber daya yang dimiliki dan potensi dalam menciptakan nilai tambah. Ukuran perusahaan juga dapat menjadi indikator stabilitas serta daya saing perusahaan dalam industri. Untuk mengukur ukuran perusahaan

⁵⁰ Suhartono, Reimond Hasangapan Mikkael, and Sardjito R Muh Deddy Hanif, 'Pengukuran Kinerja Keuangan Return on Assets (ROA) Dan Return on Equity (ROE) Berdasarkan Perusahaan Laba Komprehensif Pada Perusahaan Reasuransi Di Indonesia', 12.3 (2023), pp. 910–21, doi:10.34127/jrlab.v12i3.982.

⁵¹ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. (Rajawali Pers, 2015).

secara lebih objektif menurut Apridawati & Hermanto (2020) dapat digunakan rumus sebagai berikut:⁵²

$$\text{Ukuran Perusahaan (Size)} = \ln \text{Total Asset}$$

3.4 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menguraikan variabel penelitian ke dalam konsep, dimensi, indikator, dan ukuran, sehingga memungkinkan perolehan nilai variabel lain secara sistematis. Selain itu, operasionalisasi variabel juga bertujuan untuk mempermudah pemahaman serta mencegah perbedaan persepsi dalam penelitian. Dalam penelitian ini, operasionalisasi variabel disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Profitabilitas (X1)	Profitabilitas mencerminkan efektivitas manajemen dalam menghasilkan laba, yang dapat diukur dari modal sendiri maupun total dana yang diinvestasikan dalam perusahaan. ⁵³	$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$	Rasio
Leverage (X2)	Leverage keuangan adalah kebijakan perusahaan dalam menginvestasikan dana atau memperoleh pendanaan dengan beban biaya tetap yang harus ditanggung. ⁵⁴	$DER = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$	Rasio

⁵² Nadhia Dwi Apridawati and Suwardi Bambang Hermanto, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9.11 (2020), pp. 1–22.

⁵³ Wiagustini and Ni Luh Putu, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Udayana University Press, 2015).

⁵⁴ Irawati S, *Manajemen Keuangan* (Pustaka, 2006).

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Ukuran Perusahaan (Z)	Ukuran perusahaan dapat diukur dari total asetnya. Semakin besar perusahaan, semakin tinggi kemungkinan untuk meningkatkan laba. ⁵⁵	$Size = Ln \text{ Total Asset}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan hasil dari pengelolaan berbagai faktor, seperti arus kas bersih, pertumbuhan, dan biaya modal. Saham juga menjadi indikator nilai perusahaan, di mana harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang lebih besar. ⁵⁶	$PBV = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$	Rasio

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data menggunakan metode regresi linear berganda (*multiple regression*) yang diolah dengan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Regresi linear berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengukur pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah seluruh data terkumpul, analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Berikut adalah penjelasannya:

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sudana (2018), statistik deskriptif adalah jenis analisis yang digunakan untuk menyajikan berbagai indikator yang mencerminkan

⁵⁵ Novi Sagita Ambarwati, Gede Adi Yuniarta, and Ni Kadek Sinarwati, 'Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) UNDIKSHA*, 3.1 (2015), doi:<https://doi.org/10.23887/jimat.v3i1.4727>.

⁵⁶ Herawati T, 'Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Manajemen*, 2.2 (2013).

karakteristik data.⁵⁷ Indikator tersebut mencakup ukuran tendensi sentral, seperti standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, serta rata-rata dari variabel yang diteliti. Analisis ini berfungsi untuk mengetahui nilai dari setiap variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderasi.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Menurut Yoseanto (2022) uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah residual atau variabel intervensi dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian ini dapat dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05 sebagai dasar pengambilan keputusan. Jika nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov (sign) lebih dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

3.5.1.2 Uji Multikolonieritas

Menurut Winarno (2017), uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan linier yang tinggi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari multikolinearitas. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinearitas, dapat dilihat melalui nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari atau sama dengan 0,10 maka model dianggap bebas dari multikolinearitas.

3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah residual dalam model regresi memiliki varians yang konstan atau tidak. Menurut Wahyudi (2020), heteroskedastisitas lebih sering terjadi pada data cross section karena karakteristiknya yang lebih beragam. Keberadaan

⁵⁷ Sudana, I Made, and Rahmat Heru Setianto, *Metode Penelitian Bisnis Dan Analisis Data Dengan Spss* (Erlangga, 2018).

heteroskedastisitas dapat diuji melalui nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi lebih dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menentukan apakah model regresi dalam penelitian mengalami korelasi antara kesalahan pengganggu atau tidak. Menurut Wahyudi (2020), autokorelasi sering terjadi pada data *time series* karena kondisi saat ini dapat dipengaruhi oleh kondisi sebelumnya. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi, dapat digunakan uji Durbin-Watson.

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis regresi yang memiliki dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen.⁵⁸ Metode regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Penelitian ini menerapkan analisis regresi linear berganda karena menggunakan data *time series* (runtut waktu). Data *time series* dalam penelitian ini mencakup periode empat tahun, yaitu dari 2021 hingga 2024. Pada penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji profitabilitas (X1) dan *Leverage* (X2) terhadap nilai perusahaan (Y) dengan ukuran perusahaan (Z) sebagai variabel moderasi. Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan

α = Nilai konstanta

X1 = Profitabilitas

X2 = *Leverage*

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Z = Ukuran Perusahaan

ε = error

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi merupakan besarnya perubahan variabel terkait akibat perusahaan tiap-tiap unit variabel bebas.

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Uji Secara Simultan (Uji-F)

Uji simultan (Uji-F) pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model Uji-F mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

1. Apabila nilai signifikansi (sig) < 0.05 dan $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen (bebas) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat).
2. Apabila nilai signifikansi (sig) < 0.05 dan $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen (bebas) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat).

3.5.4.2 Uji Secara Parsial (Uji-T)

Uji T digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara individual. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan rata-rata dua sampel terhadap standar error dari perbedaan rata-rata tersebut. Pada uji-t statistik, nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kriteria dan nilai signifikan (sig), yaitu apabila tingkat signifikansi (sig) < 0.05 dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Akan tetapi, apabila tingkat signifikansi (sig) > 0.05 dan $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam bentuk persentase, dengan nilai berkisar antara $0 < R^2 < 1$.⁵⁹ Pengujian koefisien determinasi yang ditampilkan dalam R square (R^2) berfungsi untuk menilai sejauh mana garis regresi dapat menjelaskan variabel dependen berdasarkan variabel independen. Jika nilai koefisien determinasi mendekati nol, maka variabel independen memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap variabel dependen, dan sebagian besar variasi dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati satu, maka variabel independen memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen.

⁵⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9*, 2018.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek penelitian perusahaan yang bergerak pada sektor teknologi yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang menggunakan laporan keuangan perusahaan yang di publikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) pada website resmi BEI yaitu www.idx.co.id dan juga di publikasikan oleh website perusahaan terkait.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini, total perusahaan sektor teknologi yang dijadikan sampel penelitian sebanyak 56 perusahaan per tahunnya, untuk periode pengamatan selama 4 tahun pada periode 2021-2024. Olah data penelitian ini menggunakan aplikasi pengolah data statistik yaitu *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25.

4.2 Temuan Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness.⁶⁰ Dalam penelitian ini uji statistik deskriptif memberikan gambaran pada variabel yang dilihat dari data minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi. Berikut hasil uji statistik deskriptif dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.1

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	56	1.36	6.41	2.9252	.82730
Profitabilitas	56	1.59	93.70	11.1026	11.97258

⁶⁰ H Ghazali, Z., Martini, R., Arifin, M. A., Masnoni, M., Sutandi, S., Rinaldi, M., & Anggraini, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Akuntansi* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

Leverage	56	.66	9.36	2.1259	1.82149
Ukuran Perusahaan	56	1.41	3.14	2.2044	.41496
Valid N (listwise)	56				

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 56 sampel perusahaan. Variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 1,36, yang menunjukkan perusahaan dengan nilai pasar terendah dalam sampel. Sementara itu maksimum sebesar 6,41 menunjukkan perusahaan dengan nilai pasar tertinggi. Rata-rata (mean) dari nilai perusahaan adalah 2,9252, yang berarti secara umum nilai perusahaan berada di angka tersebut. serta standar deviasi 0,82730, mengindikasikan bahwa penyebaran nilai perusahaan dari masing-masing sampel berada dalam jarak yang moderat dari nilai rata-rata. Dengan kata lain, perbedaan antar perusahaan dalam hal nilai pasar tidak terlalu ekstrem.

Variabel profitabilitas menunjukkan nilai minimum sebesar 1,59 dan maksimum 93,70 dengan nilai rata-rata 11,1026 serta standar deviasi 11,97258, menandakan adanya penyebaran data yang cukup tinggi. Untuk variabel *leverage*, diperoleh nilai minimum 0,66 dan maksimum 9,36 dengan rata-rata 2,1259 dan standar deviasi 1,82149, yang juga mencerminkan adanya keragaman antar sampel. Sementara itu, ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 1,41 dan maksimum 3,14 dengan rata-rata 2,2044 dan standar deviasi 0,41496, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dalam sampel relatif homogen dibandingkan variabel lainnya. Seluruh data yang digunakan valid secara listwise, dengan jumlah sampel yang konsisten pada setiap variabel.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan untuk memberikan kepastian jika persamaan regresi yang didapatkan dalam penelitian ini memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Hasil dari uji asumsi klasik yang telah dilakukan sebagai berikut:

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, terdapat variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁶¹ Model regresi yang baik yaitu jika memiliki data yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melakukan dua cara, yaitu analisis grafik dan uji statistik. Untuk analisis grafik menggunakan analisis grafik histogram dan uji statistik dengan uji Kolmogorov Smirnov (K-S). Berikut di bawah ini merupakan hasil uji normalitas:

Tabel 4.2
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RES_1
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.60708817
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.053
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang umum digunakan yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal. Selain itu,

⁶¹ P. Sugiyono s., & Lestari, *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*, 2021.

nilai statistik K-S sebesar 0,071 menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari distribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam analisis regresi terpenuhi dan model layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis lebih lanjut.

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Penelitian ini melakukan uji multikolinearitas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali 2018). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas di dalam model regresi menggunakan nilai tolerance VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai $VIF \leq 10$ dan nilai tolerance $\geq 0,1$ maka terindikasi model regresi terdapat multikolinearitas atau memiliki korelasi antar variabel bebas. Di bawah ini merupakan hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.3
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1. (Constant)	1.228	.502		2.446	.018		
Profitabilitas	.038	.007	.549	5.250	.000	.948	1.054
Leverage	.141	.048	.310	2.955	.005	.943	1.060
Ukuran Perusahaan	.444	.214	.222	2.069	.044	.896	1.116

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

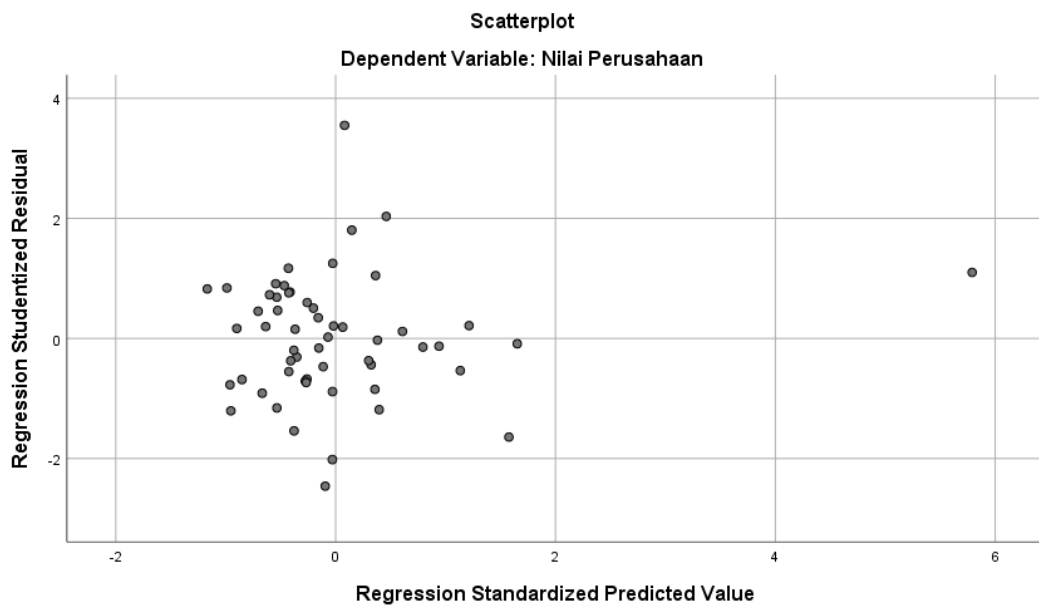
Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa hasil nilai tolerance dari seluruh variabel $> 0,10$ dan nilai VIF seluruh variabel < 10 . Hasil tersebut menunjukkan data dalam penelitian tidak terdapat multikolinearitas dan tidak saling berkorelasi antar variabel.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini melakukan uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot, jika dalam grafik scatterplot terdapat pola tertentu, titik membentuk pola teratur maka teridentifikasi memiliki heteroskedastisitas. Di bawah ini merupakan hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot:

Gambar 4.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang ditampilkan pada Gambar diatas terlihat bahwa sebaran data tidak membentuk pola tertentu, melainkan tersebar secara acak dan tidak teratur di atas sumbu Y pada angka 0. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam data penelitian ini. Untuk memperkuat temuan tersebut, selain menggunakan scatterplot

yaitu dengan menguji korelasi antara variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*).

Tabel 4.4
Uji Heteroskedastisitas Glejser

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	.133	.316		.422	.675		
	Profitabilitas	-.006	.005	-.182	-1.318	.193	.948	1.054
	Leverage	-.004	.030	-.018	-.127	.899	.943	1.060
	Ukuran Perusahaan	.181	.135	.191	1.340	.186	.896	1.116

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Sekunder Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel bebas — yaitu profitabilitas (Sig. = 0,193), *Leverage* (Sig. = 0,899), dan ukuran perusahaan (Sig. = 0,186) semuanya lebih besar dari 0,05..

4.2.2.4 Uji Autokorelasi

Penelitian ini melakukan uji autokorelasi yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier memiliki korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini untuk menguji autokorelasi dengan metode DurbinWatson (DW) yang membandingkan antara nilai DW, DL dan DU. Model regresi dapat dikatakan baik tidak terjadi autokorelasi jika $DU < DW < 4-DU$. Di bawah ini menunjukkan hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.5
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	.679 ^a	.462	.430	.62435	1.690
---	-------------------	------	------	--------	-------

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan metode Durbin-Watson (DW) pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai DW 1,690, untuk membandingkan nilai DW, DL dan DU menggunakan nilai tabel DW dengan sampel penelitian (n) = 56 dan jumlah variabel independen (k)=2, maka nilai DL = 1.4954 dan nilai DU= 1,6430 dan nilai 4-DU= 2.3570. Maka disimpulkan pada perbandingan $1,6430 < 1,690 < 2,3570$ bahwa model regresi tidak terjadi adanya autokorelasi.

4.2.3 Uji Hipotesis

4.2.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Di bawah ini merupakan hasil dari analisis regresi linier berganda.

Tabel 4.6
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.228	.502		2.446	.018
	Profitabilitas	.038	.007	.549	5.250	.000
	Leverage	.141	.048	.310	2.955	.005
	Ukuran Perusahaan	.444	.214	.222	2.069	.044

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi linier berganda pada tabel menunjukkan rumus regresi sebagai berikut:

$$PBV = 1.228 + 0.038ROA + 0.141DER + 0.444SIZE + e$$

Dari hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 0,038 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang berarti setiap peningkatan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan. Variabel *leverage* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,141 dan nilai signifikansi 0,005. Demikian pula, variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien 0,444 dan signifikansi 0,044. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan yang dihasilkan.

4.2.3.2 Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menguji kelayakan model suatu regresi di dalam suatu penelitian dan mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji statistik F dapat diketahui dari nilai Sig. pada tabel ANOVA, jika nilai Sig. $>$ dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan nilai Sig. $<$ 0,05 maka variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel dependen. Di bawah ini merupakan hasil uji statistik F.

Tabel 4.7

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.373	3	5.791	14.855	.000 ^b
	Residual	20.271	52	.390		
	Total	37.643	55			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji statistik F pada tabel ANOVA tersebut dapat diketahui nilai Sig. 0,000 dan nilai F 14,855. Dengan nilai signifikansi 0,05 pada hasil uji statistik F tersebut didapatkan nilai Sig 0,000 < 0,05 nilai signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.2.3.3 Uji t

Uji statistik t digunakan untuk pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengukur uji statistik t dengan melihat nilai signifikan (Sig.) masing-masing dari variabel independen lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ (0,05) atau nilai t hitung yang dihasilkan lebih besar dibandingkan nilai t tabel yang dicari.. Berikut merupakan hasil uji statistik t:

Tabel 4.8

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.228	.502		2.446	.018
	Profitabilitas	.038	.007	.549	5.250	.000
	Leverage	.141	.048	.310	2.955	.005
	Ukuran Perusahaan	.444	.214	.222	2.069	.044

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji t pada model pertama, diperoleh bahwa:

- Profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05) dan nilai t sebesar 5,250, sehingga H1 diterima. Artinya, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, maka nilai perusahaan juga meningkat.
- Leverage* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,005 (< 0,05) dan nilai t sebesar 2,955, sehingga H2 juga diterima. Hal ini berarti bahwa *leverage*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana peningkatan *leverage* cenderung diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan.

- c. Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,044 ($< 0,05$) dan t sebesar 2,069, yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara langsung juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, pengujian terhadap peran moderasi ukuran perusahaan dilakukan secara terpisah melalui interaksi (moderasi).

Tabel 4.9

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.253	.152		14.792	.000
	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	.015	.003	.605	5.906	.000
	Leverage dengan Ukuran Perusahaan	.065	.024	.271	2.646	.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Pada model kedua yang menyertakan interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi:

- a. Interaksi profitabilitas dan ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan nilai t sebesar 5,906, yang berarti bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, H3 diterima.
- b. Interaksi *leverage* dan ukuran perusahaan (dalam tabel ditulis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,011 ($< 0,05$) dan nilai t sebesar 2,646, sehingga H4 juga diterima. Artinya, ukuran perusahaan memoderasi (memperkuat) pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

4.2.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Jika nilai R^2 mendekati 1 maka variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Jika nilai R^2 kecil mendekati 0 maka variabel independen terbatas dalam memprediksi variabel dependen. Berikut di bawah ini merupakan hasil dari uji R^2 :

Tabel 4.10
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.462	.430	.62435

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage
Sumber: Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji R^2 pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,430 atau sebesar 43% yang memiliki arti variabel independen yaitu Profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan sebesar 43% terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Sedangkan sisanya yaitu 57% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (H1)

Berdasarkan hasil uji statistik t pada Tabel 4.8, variabel profitabilitas menunjukkan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,038 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar 5,250. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel (1,67412), maka hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini berarti bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Investor cenderung memberikan valuasi

lebih tinggi terhadap perusahaan yang mampu mencetak laba tinggi karena diasumsikan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Berdasarkan teori sinyal yang menjelaskan bahwa informasi yang disampaikan oleh perusahaan melalui laporan keuangan, termasuk profitabilitas, dapat berfungsi sebagai sinyal bagi investor. Sinyal positif ini mendorong investor untuk memberikan valuasi yang lebih tinggi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum & Iswara (2022) mengungkapkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *food and beverage* sehingga menjadi prospek yang baik untuk investor di masa depan.⁶² Penelitian terdahulu yang mendukung hasil temuan ini juga dilakukan oleh Caesaria & Suhartono (2023) mengungkapkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dengan laba yang stabil dapat menarik investor untuk berinvestasi karena semakin tinggi rasio profitabilitas maka mencerminkan tingkat pengembalian investasi juga akan semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (H2)

Hasil uji statistik t pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,141, dengan nilai signifikansi 0,005 dan t hitung sebesar 2,955. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,67412), maka H2 diterima, yang berarti bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage menggambarkan seberapa besar perusahaan menggunakan utang dalam struktur modalnya. Koefisien positif menunjukkan bahwa penggunaan utang dalam batas optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan, misalnya dengan menambah modal kerja atau investasi produktif tanpa harus menambah modal

⁶² Diyah Putri Kusumaningrum and Ulfah Setia Iswara, 'Pengaruh Profitabilitas', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1.3 (2022), pp. 295–312, doi:10.24034/jiaku.v1i3.5509.

sendiri (ekuitas).⁶³ *Leverage* yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki kepercayaan diri dalam memenuhi kewajiban keuangannya di masa depan. Hal ini meningkatkan kepercayaan pasar dan meningkatkan valuasi perusahaan.

Leverage tidak selalu berdampak positif terhadap nilai perusahaan. *Leverage* yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko kebangkrutan, sehingga dapat berdampak negatif terhadap persepsi investor. Meskipun demikian, dalam penelitian ini *leverage* terbukti memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan, sehingga manajemen perlu menjaga struktur modal yang seimbang antara utang dan ekuitas agar tetap optimal dan tidak menimbulkan risiko keuangan yang berlebihan.

4.3.3 Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (H3)

Pada hasil uji regresi interaksi (moderasi) dalam tabel model kedua, diperoleh bahwa variabel interaksi antara profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,015, nilai *t* hitung sebesar 5,906, dan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai Sig. < 0,05 dan *t* hitung > *t* tabel, maka hipotesis ketiga (H3) diterima. Artinya, ukuran perusahaan memoderasi atau memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Koefisien regresi yang positif menandakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka pengaruh positif dari profitabilitas terhadap nilai perusahaan akan semakin kuat. Hal ini karena perusahaan besar biasanya lebih stabil, memiliki akses pendanaan yang lebih baik, dan memperoleh kepercayaan yang lebih tinggi dari investor. Penelitian ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berperan sebagai faktor yang memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.⁶⁴ Ukuran yang besar biasanya menunjukkan pengalaman

⁶³ M. Saifaddin, *Pengaruh Struktur Modal, Income Smoothing Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance (Gcg) Sebagai Variabel Moderasi.*, 2020.

⁶⁴ R. H. Rahman, 'Pengaruh Profitabilitas, Cash Flow, Likuiditas Dan Net Working Capital Terhadap Cash Holding Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Real Estate Dan Properti Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi KIAT*, 2021, p. 32(1).

operasional yang panjang dan reputasi pasar yang baik. Selain itu, perusahaan besar biasanya memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks namun lebih efisien dalam pengelolaan profitabilitasnya, sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham. Efisiensi ini memperkuat daya tarik investor untuk menanamkan modal, yang akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan data yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan faktor penting dalam memperkuat dampak positif profitabilitas terhadap peningkatan nilai perusahaan, terutama dalam sektor teknologi.

4.3.4 Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (H4)

Hasil uji interaksi antara *leverage* dan ukuran perusahaan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,065, nilai t hitung sebesar 2,646, dan nilai signifikansi 0,011. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel, maka H4 diterima, yang berarti ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Koefisien positif mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin kuat pula pengaruh *leverage* terhadap peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang besar biasanya memiliki struktur pendanaan yang lebih kokoh, sehingga dapat memanfaatkan utang secara lebih produktif dibandingkan perusahaan kecil. Hasil ini sejalan dengan temuan dari peneliti terdahulu yang menemukan bahwa pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan diperkuat oleh ukuran perusahaan. Hal ini karena perusahaan besar memiliki bargaining power yang tinggi dalam memperoleh pinjaman dengan bunga lebih rendah.⁶⁵

Perusahaan besar juga memiliki risiko kebangkrutan yang relatif lebih kecil karena aset dan pendapatan yang lebih stabil, sehingga *leverage* tidak menimbulkan

⁶⁵ A. Ramadani, S., & Tanno, '). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12) (2022).

efek negatif yang signifikan. Hal ini memberi ruang bagi manajemen untuk memaksimalkan penggunaan utang guna memperbesar return dan nilai perusahaan. Sebaliknya, perusahaan kecil lebih rentan terhadap risiko *leverage* karena keterbatasan sumber daya dan struktur keuangan yang kurang fleksibel. Oleh karena itu, efek moderasi ukuran perusahaan sangat penting untuk dipertimbangkan dalam strategi pembiayaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa ukuran perusahaan berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan, khususnya dalam konteks perusahaan sektor teknologi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan, serta peran ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor teknologi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas (yang diukur menggunakan ROA), maka semakin besar pula nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi dinilai lebih sehat dan berpotensi memberikan imbal hasil yang menarik
2. *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penggunaan utang secara proporsional mencerminkan kepercayaan terhadap manajemen perusahaan dalam mengelola kewajiban dan risiko finansial. Dalam konteks ini, *leverage* yang dikelola secara baik mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.
3. Ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan akan semakin kuat pada perusahaan yang berukuran besar. Perusahaan besar umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber daya, efisiensi skala, dan kredibilitas yang lebih tinggi di pasar.
4. Ukuran perusahaan juga memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan, maka pengaruh *leverage* terhadap peningkatan nilai perusahaan juga semakin kuat. Hal ini mencerminkan bahwa perusahaan besar memiliki struktur manajerial dan sistem pengendalian risiko yang lebih matang dalam mengelola utang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada perusahaan sektor teknologi, sehingga belum dapat digeneralisasi ke sektor industri lainnya.
2. Periode penelitian hanya mencakup empat tahun (2021–2024), sehingga tidak merepresentasikan fluktuasi nilai perusahaan dalam jangka panjang.
3. Variabel independen hanya terbatas pada profitabilitas dan *leverage*, tanpa mempertimbangkan variabel eksternal seperti tingkat suku bunga, inflasi, maupun kinerja industri secara keseluruhan.

5.3 Saran

1. Bagi perusahaan sektor teknologi, diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas dan mengelola struktur modal (*leverage*) secara efisien, terutama bagi perusahaan besar yang memiliki potensi lebih besar dalam meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi investor, hasil ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menilai kualitas perusahaan. Investor disarankan memperhatikan faktor ukuran perusahaan sebagai penguat hubungan antara indikator keuangan dengan nilai perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas sampel ke sektor industri lain, menambah variabel bebas seperti pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial, atau kinerja ESG, serta memperpanjang periode observasi agar mendapatkan hasil yang lebih general dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'aruf, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aswaja Pressindo, 2015)
- Ambarwati, Novi Sagita, Gede Adi Yuniarta, and Ni Kadek Sinarwati, 'Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Aktivitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) UNDIKSHA*, 3.1 (2015), doi:<https://doi.org/10.23887/jimat.v3i1.4727>
- Andriyanti, Siska Putri, and Khuzaini, 'Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2023
- Annisa, Icha, Igka Ulupui, and Tri Hesti Utaminingtyas, 'Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Revenue*, 4 (2023), pp. 327–41
- Apriada, Kadek, and Made Sadha Suardikha, 'Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Struktur Modal Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan', *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 2 (2016), pp. 201–18
- Apridawati, Nadhia Dwi, and Suwardi Bambang Hermanto, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9.11 (2020), pp. 1–22
- Budi, Rahardjo, *Dasar-Dasar Analisis Fundamental Saham Laporan Keuangan Perusahaan* (Penerbit Gajah Mada University Press., 2009)
- Carolin, Jeanne Yovita, and Clara Susilawati, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', *Jesya*, 7.1 (2024), pp. 588–97, doi:10.36778/jesya.v7i1.1447
- Dewi Teresia, Estiani Sinta, and Hermi Hermi, 'Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderating', *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 3.1 (2016), pp. 73–94, doi:10.25105/jmat.v3i1.4969
- Fatahila, Alfian, and Irma Istiariani, 'The Influence of Tax Rates, Profitability, Assets, and Foreign Ownership on Transfer Pricing in Indonesia's Mining Sector: Ethical Implications in Islamic Economics', *Journal of Islamic Economics Management and Business (JIEMB)*, 6.1 (2024), pp. 65–86
- Febianto, Christian, and Merry Susanti, 'The Influence of Profitability, Leverage, and Firm Size on Firm Value of the Banking Sector Listed on the Indonesian Stock Exchange ', *International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB)*, 2.3 (2024), pp. 195–205
- Ghozali, Z., Martini, R., Arifin, M. A., Masnoni, M., Sutandi, S., Rinaldi, M., & Anggraini, H, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Akuntansi* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Ke-9*, 2018
- Harahap, Sofyan Safri, 'Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan' (Rajawali Pers, 2010), p. 306

- Harmono, *Manajemen Keuangan; Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus Dan Riset Bisnis* (Bumi Aksara, 2014)
- Heliani, Nur Hidayah K Fadhilah, and Meutia Riany, 'Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5.1 (2023), pp. 16–31, doi:10.52005/aktiva.v5i1.177
- Hwihanus, 'Nilai Perusahaan Badan Usaha Milik Negara Selama Pandemi Covid-19', *Riset & Jurnal Akuntansi*, 6.1 (2022), pp. 1–10
- Imnana, Laura, Steven Siaila, and Meiske Wenno, 'Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage', *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7.1 (2023), pp. 59–71, doi:10.30598/manis.7.1.59-71
- Indriaty, Lely, Pungki Reiman, and Gen Norman Thomas, 'Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan Dan Minuman', *Ikraith-Ekonomika*, 7.1 (2024), pp. 220–32, doi:10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3307
- Indriyani, Eka, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Akuntabilitas*, 10.2 (2017), pp. 333–48, doi:10.15408/akt.v10i2.4649
- Ispriyahadi, Heri, and Budiman Abdullah, 'Analysis of The Effect of Profitability, Leverage and Firm Size on Firm Value', *Journal of Business, Management, and Accounting*, 3.2 (2021), pp. 64–80
- Kalbuana, Nawang, Marista Winanti Sutadipraja, Titik Purwanti, and Dwi Santoso, 'Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di JII Tahun 2013-2017)', *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.2 (2019), p. 233, doi:10.21043/aktsar.v2i2.6037
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. (Rajawali Pers, 2015)
- , *Analisis Laporan Keuangan* (PT. Raja Grafindo Persada, 2016)
- , *Analisis Laporan Keuangan* (PT Raja Grafindo Persada, 2019)
- Kusuma, Vidia Nanda, and Mahroji Mahroji, 'Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Sektor Coal Production Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020-2023', *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4.3 (2024), pp. 1236–51, doi:10.37481/jmh.v4i3.1073
- Kusumaningrum, Diyah Putri, and Ulfah Setia Iswara, 'Pengaruh Profitabilitas', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1.3 (2022), pp. 295–312, doi:10.24034/jiaku.v1i3.5509
- , 'Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1.3 (2022), pp. 295–312, doi:10.24034/jiaku.v1i3.5509
- Lamba, Angryani Bertha, and Apriani Dorkas Rambu Atahau, 'Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimediasi Profitabilitas', *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6.1 (2022), pp. 16–31, doi:10.18196/rabin.v6i1.12698
- Lorenza, Monicha, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance Pada

- Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2.2 (2021), pp. 129–42, doi:10.55587/jla.v2i2.52
- Lumoly, Serin, Sri Murni, and Victoria N Untu, 'PENGARUH LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN', *Jurnal EMBA*, 2018
- Mollu, Katrina Baba, and Asna Irma Tyasari, 'Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2020-2022)', 12.1 (2024), pp. 1–12
- Oktrima, Bulan, 'PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris: PT. Mayora Indah, Tbk. Tahun 2011 – 2015)', 1.1 (2017), pp. 98–107
- Panjaitan, Ida Veronika, and Diana Supriyati, 'The Effect of Profitability and Leverage on Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable', *Research of Finance and Banking*, 1.1 (2023), pp. 34–46, doi:10.58777/rfb.v1i1.34
- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviana Rizal, and Riza Bahtiar Sulistyan, *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3* (Widya Gama Press, 2021)
- Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Zifatama Publishing, 2008)
- Rahman, R. H., 'Pengaruh Profitabilitas, Cash Flow, Likuiditas Dan Net Working Capital Terhadap Cash Holding Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Real Estate Dan Properti Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi KIAT*, 2021, p. 32(1)
- Ramadani, S., & Tanno, A., 'Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12) (2022)
- Ramadhani, Febry, Desmiyawati, and Pipin Kurnia, 'PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN DEWAN PENGAWAS SYARIAH TERHADAP PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2010-2014)', *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 2016, pp. 2488–2500
- Rauf Alhayra, Abdul, Jannati Tangngisulu, Yana Fajriah, Program Studi, Magister Manajemen, Sekolah Tinggi, and others, 'The Effect of Profitability on Company Value with Company Size as a Moderating Variable Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5.1 (2024), pp. 2669–80 <<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>>
- Rejeki, Halim Tri, and Slamet Haryono, 'Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia', *Invoice : Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3.1 (2021), pp. 1–9, doi:10.26618/inv.v3i1.4969
- Rizki, Mita Kurnia, Ratno Agriyanto, and Dessy Noor Farida, 'The Effect of Sustainability Report and Profitability on Company Value: Evidence from Indonesian Sharia Shares', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10.1 (2019), pp. 117–40, doi:10.21580/economica.2019.10.1.3747
- Rock, Merton H. Miller and Kevin, 'Dividend Policy under Asymmetric Information', 1985, pp. 1031–51

- Rosid, Abdul, Eloah Bahiror, and Reyhan Vedrikho, 'Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2020)', *Jurnal Manajemen Retail Indonesia (JMARI)*, 3.1 (2022), pp. 58–69
- Ross, Stephen A., 'The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach', 1977, pp. 23–40
- S, Irawati, *Manajemen Keuangan* (Pustaka, 2006)
- Sabrina, Nina, and Betri, 'Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 3.1 (2018), pp. 324–33, doi:10.9785/9783504387686-103
- Saifaddin, M., *Pengaruh Struktur Modal, Income Smoothing Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance (Gcg) Sebagai Variabel Moderasi.*, 2020
- Septiana Prodi Akuntansi STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, Arrum, and Zulkifli Prodi Akuntansi STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, 'Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 24.1 (2024), pp. 2623–50
- Sudana, I Made, and Rahmat Heru Setianto, *Metode Penelitian Bisnis Dan Analisis Data Dengan Spss* (Erlangga, 2018)
- Suffah, Roviqotus, and Akhmad Riduwan, 'Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5.2 (2016), pp. 22460–0585
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2019)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2018)
- Sugiyono s., & Lestari, P., *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*, 2021
- Suharto, Rafli Irham Al-fafa, and Imron Rosyadi, 'The Effect of Profitability, Leverage, and Liquidity on Company Value', *Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 657.2 (2023), pp. 72–80
- Suhartono, Reimond Hasangapan Mikkael, and Sardjito R Muh Deddy Hanif, 'Pengukuran Kinerja Keuangan Return on Assets (ROA) Dan Return on Equity (ROE) Berdasarkan Perusahaan Laba Komprehensif Pada Perusahaan Reasuransi Di Indonesia', 12.3 (2023), pp. 910–21, doi:10.34127/jrlab.v12i3.982
- Sujoko, Sujoko, 'Pengaruh Struktur Kepemilikan, Strategi Diversifikasi, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Dan Non Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta)', *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 11.2 (2018), pp. 236–54, doi:10.24034/j25485024.y2007.v11.i2.317
- Susanto, Edy, and Zuli Suryani, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', 3.9 (2024), pp. 2413–26
- T, Herawati, 'Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Manajemen*, 2.2 (2013)

- Wardani, Dewi Kusuma, and Desi Khoiriyah, 'Pengaruh Strategi Bisnis Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak', *Akuntansi Dewantara*, 2.1 (2018), pp. 25–36
- Wiagustini, and Ni Luh Putu, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Udayana University Press, 2015)

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI 2021-2024

No	KODE SAHAM	Nama Perusahaan
1	MTDL	PT Metrodata Electronics Tbk.
2	GLVA	PT Galva Technologies Tbk.
3	WIFI	PT Solusi Sinergi Digital Tbk.
4	DCII	PT DCI Indonesia Tbk.
5	EDGE	PT Indointernet Tbk.
6	ZYRX	PT Zyrexindo Mandiri Buana Tbk.
7	UVCR	PT Trimegah Karya Pratama Tbk.
8	WGSB	PT Wira Global Solusi Tbk.
9	WIRG	PT WIR ASIA Tbk.
10	ELIT	PT Data Sinergitama Jaya Tbk.
11	CHIP	PT Pelita Teknologi Global Tbk.
12	AXIO	PT Tera Data Indonusa Tbk.
13	TOSK	PT Topindo Solusi Komunika Tbk.
14	APLI	PT Aplikanusa Lintasarta Tbk.

Lampiran 2 : Data Sampel Penelitian perusahaan teknologi 2021-2024

KODE SAHAM	TAHUN	ROA	DER	PBV	SIZE
MTDL	2021	10,04	93,46	2.16	29.66
MTDL	2022	10,10	94,32	1.58	29.78
MTDL	2023	9,27	101,40	1.46	29.95
MTDL	2024	9,19	105,80	1.08	30.09
GLVA	2021	6,44	169,59	1.23	27.15
GLVA	2022	9,81	172,21	3.39	27.55
GLVA	2023	8,41	137,42	1.54	27.56
GLVA	2024	7,84	146,92	1.02	27.74
WIFI	2021	2,78	73,72	1	27.52
WIFI	2022	4,16	129,75	0.52	27.97
WIFI	2023	3,72	110,63	0.43	28.09
WIFI	2024	7,89	199,78	5.47	28.7
DCII	2021	8,74	146,23	87.7	28.73
DCII	2022	11,43	102,98	56.99	28.8
DCII	2023	13,99	66,59	39.42	28.93
DCII	2024	16,53	60,47	33.41	29.2
EDGE	2021	9,75	23,17	9.16	27.87
EDGE	2022	11,59	32,57	6.66	28.1
EDGE	2023	9,30	85,09	5.93	28.63
EDGE	2024	6,61	105,50	4.7	28.89

KODE SAHAM	TAHUN	ROA	DER	PBV	SIZE
ZYRX	2021	25,42	38,77	0.67	26.35
ZYRX	2022	11,13	163,61	1.49	27.28
ZYRX	2023	6,71	69,65	0.66	26.92
ZYRX	2024	3,96	30,79	0.52	26.7
UVCN	2021	2,79	111,99	1.16	21.34
UVCN	2022	8,41	99,84	1.23	21.47
UVCN	2023	5,59	30,31	2.43	25.55
UVCN	2024	1,85	98,63	1.28	26
WGSN	2021	7,23	4,75	3.81	24.72
WGSN	2022	8,32	2,52	2.69	24.77
WGSN	2023	7,68	3,47	1.11	24.78
WGSN	2024	6,36	13,23	3.48	24.94
WIRN	2021	9,47	73,15	3.81	26.28
WIRN	2022	5,44	41,30	2.95	27.51
WIRN	2023	6,08	57,54	1.72	27.75
WIRN	2024	5,50	78,27	1.11	28
ELIT	2021	9,74	157,68	3.67	24.64
ELIT	2022	8,05	118,89	6.39	25.51
ELIT	2023	7,51	90,00	1.83	26.15
ELIT	2024	9,26	108,27	2.8	26.36
CHIP	2021	14,45	438,78	24.8	24.28
CHIP	2022	13,95	236,44	25.39	24.92
CHIP	2023	10,80	90,66	31.97	25.46
CHIP	2024	6,80	82,32	17.05	25.51
AXIO	2021	19,39	160,99	1.44	27.27
AXIO	2022	8,24	119,36	2.17	27.72
AXIO	2023	13,52	76,05	2.21	27.57
AXIO	2024	5,60	101,68	1.21	27.67
TOSN	2021	41,09	8779,07	1.6	24.19
TOSN	2022	10,50	750,41	0.52	24.49
TOSN	2023	5,85	123,54	9.06	25.25
TOSN	2024	3,12	40,50	1.43	26.1
APLN	2021	5,39	86,67	1.2	26.79
APLN	2022	9,95	67,96	1.34	26.87
APLN	2023	10,28	46,92	2.29	26.99
APLN	2024	3,65	35,23	2.22	26.86

Lampiran 3 : Data Mentah ROA

No	Nama Perusahaan	Tahun	Lab a Bersih Setelah Pajak	Total Aset	%	ROA
1	MTDL	2021	Rp 761.834.000.000	Rp 7.588.792.000.000	100	10,04
		2022	Rp 866.721.000.000	Rp 8.582.896.000.000	100	10,10
		2023	Rp 940.104.000.000	Rp 10.146.570.000.000	100	9,27
		2024	Rp 1.071.302.000.000	Rp 11.651.762.000.000	100	9,19
2	GLVA	2021	Rp 39.899.000.000	Rp 619.387.000.000	100	6,44
		2022	Rp 90.269.000.000	Rp 920.342.000.000	100	9,81
		2023	Rp 78.336.000.000	Rp 931.719.000.000	100	8,41
		2024	Rp 87.351.000.000	Rp 1.113.584.000.000	100	7,84
3	WIFI	2021	Rp 24.911.366.823	Rp 896.309.450.876	100	2,78
		2022	Rp 58.497.747.371	Rp 1.407.734.393.802	100	4,16
		2023	Rp 58.256.721.105	Rp 1.564.229.614.546	100	3,72
		2024	Rp 229.278.471.503	Rp 2.907.415.732.374	100	7,89
4	DCII	2021	Rp 261.451.000.000	Rp 2.991.613.000.000	100	8,74
		2022	Rp 367.842.000.000	Rp 3.217.564.000.000	100	11,43
		2023	Rp 514.487.000.000	Rp 3.676.484.000.000	100	13,99
		2024	Rp 796.820.000.000	Rp 4.820.065.000.000	100	16,53
5	EDGE	2021	Rp 123.873.000.000	Rp 1.271.136.000.000	100	9,75
		2022	Rp 186.171.000.000	Rp 1.605.942.000.000	100	11,59
		2023	Rp 253.265.000.000	Rp 2.723.373.000.000	100	9,30
		2024	Rp 232.268.000.000	Rp 3.511.833.000.000	100	6,61
6	ZYRX	2021	Rp 70.559.420.845	Rp 277.574.559.488	100	25,42
		2022	Rp 78.731.060.722	Rp 707.229.818.529	100	11,13
		2023	Rp 32.958.920.872	Rp 491.041.729.194	100	6,71
		2024	Rp 15.535.447.259	Rp 392.444.598.785	100	3,96
7	UVCR	2021	Rp 51.932.954	Rp 1.859.546.193	100	2,79
		2022	Rp 177.534.161	Rp 2.109.833.544	100	8,41
		2023	Rp 6.940.325.093	Rp 124.209.024.166	100	5,59
		2024	Rp 3.595.155.125	Rp 194.778.092.149	100	1,85
8	WGSB	2021	Rp 3.938.053.951	Rp 54.490.993.411	100	7,23
		2022	Rp 4.754.968.690	Rp 57.137.687.797	100	8,32
		2023	Rp 4.458.357.156	Rp 58.060.360.176	100	7,68
		2024	Rp 4.293.364.203	Rp 67.553.151.545	100	6,36
9	WIRG	2021	Rp 24.638.744.125	Rp 260.273.448.636	100	9,47
		2022	Rp 48.123.654.721	Rp 885.150.718.224	100	5,44
		2023	Rp 68.504.864.216	Rp 1.126.655.076.841	100	6,08
		2024	Rp 79.174.975.065	Rp 1.439.830.743.742	100	5,50

Lampiran 3 : Data Mentah ROA

No	Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aset	%	ROA
10	ELIT	2021	Rp 4.891.941.918	Rp 50.244.698.600	100	9,74
		2022	Rp 9.639.739.921	Rp 119.731.636.469	100	8,05
		2023	Rp 17.095.918.870	Rp 227.771.797.004	100	7,51
		2024	Rp 25.866.376.730	Rp 279.351.602.914	100	9,26
11	CHIP	2021	Rp 5.057.287.956	Rp 35.004.579.104	100	14,45
		2022	Rp 9.315.490.754	Rp 66.758.330.063	100	13,95
		2023	Rp 12.306.322.915	Rp 113.911.852.586	100	10,80
		2024	Rp 8.119.250.516	Rp 119.397.434.852	100	6,80
12	AXIO	2021	Rp 135.134.780.004	Rp 696.901.382.834	100	19,39
		2022	Rp 89.932.553.832	Rp 1.090.752.680.146	100	8,24
		2023	Rp 127.042.929.881	Rp 939.761.198.493	100	13,52
		2024	Rp 58.262.602.896	Rp 1.041.116.123.759	100	5,60
13	TOSK	2021	Rp 13.191.070.275	Rp 32.103.862.250	100	41,09
		2022	Rp 4.539.895.531	Rp 43.229.580.474	100	10,50
		2023	Rp 5.425.872.913	Rp 92.784.831.266	100	5,85
		2024	Rp 6.726.366.049	Rp 215.485.064.716	100	3,12
14	APLI	2021	Rp 23.227.293.962	Rp 431.280.653.664	100	5,39
		2022	Rp 46.599.136.683	Rp 468.541.883.266	100	9,95
		2023	Rp 50.400.590.817	Rp 490.506.911.907	100	10,28
		2024	Rp 16.957.238.704	Rp 464.607.373.995	100	3,65

Lampiran 4 : Data Mentah DER

No	Nama Perusahaan	Tahun	Total Utang	Total Ekuitas	%	DER
1	MTDL	2021	Rp 3.666.139.000.000	Rp 3.922.653.000.000	100	93,46
		2022	Rp 4.166.033.000.000	Rp 4.416.863.000.000	100	94,32
		2023	Rp 5.108.434.000.000	Rp 5.038.136.000.000	100	101,40
		2024	Rp 5.990.060.000.000	Rp 5.661.702.000.000	100	105,80
2	GLVA	2021	Rp 389.638.000.000	Rp 229.749.000.000	100	169,59
		2022	Rp 582.247.000.000	Rp 338.095.000.000	100	172,21
		2023	Rp 539.286.000.000	Rp 392.433.000.000	100	137,42
		2024	Rp 662.600.000.000	Rp 450.984.000.000	100	146,92
3	WIFI	2021	Rp 380.354.051.970	Rp 515.955.398.906	100	73,72
		2022	Rp 795.007.395.715	Rp 612.726.998.087	100	129,75
		2023	Rp 821.583.640.299	Rp 742.645.974.247	100	110,63
		2024	Rp 1.937.572.403.183	Rp 969.843.329.191	100	199,78

Lampiran 4 : Data Mentah DER

No	Nama Perusahaan	Tahun	Total Utang		Total Ekuitas		%	DER
4	DCII	2021	Rp	1.776.659.000.000	Rp	1.214.954.000.000	100	146,23
		2022	Rp	1.632.367.000.000	Rp	1.585.197.000.000	100	102,98
		2023	Rp	1.469.534.000.000	Rp	2.206.950.000.000	100	66,59
		2024	Rp	1.816.402.000.000	Rp	3.003.663.000.000	100	60,47
5	EDGE	2021	Rp	239.089.000.000	Rp	1.032.047.000.000	100	23,17
		2022	Rp	394.512.000.000	Rp	1.211.430.000.000	100	32,57
		2023	Rp	1.252.032.000.000	Rp	1.471.341.000.000	100	85,09
		2024	Rp	1.802.884.000.000	Rp	1.708.949.000.000	100	105,50
6	ZYRX	2021	Rp	77.550.026.132	Rp	200.024.533.356	100	38,77
		2022	Rp	438.940.489.283	Rp	268.289.329.246	100	163,61
		2023	Rp	201.592.950.646	Rp	289.448.778.548	100	69,65
		2024	Rp	92.393.710.835	Rp	300.050.887.950	100	30,79
7	UVCR	2021	Rp	982.374.722	Rp	877.171.471	100	111,99
		2022	Rp	1.054.059.625	Rp	1.055.773.919	100	99,84
		2023	Rp	28.893.145.917	Rp	95.315.878.249	100	30,31
		2024	Rp	96.716.413.860	Rp	98.061.678.289	100	98,63
8	WGSB	2021	Rp	2.471.720.435	Rp	52.019.272.976	100	4,75
		2022	Rp	1.405.946.131	Rp	55.731.741.666	100	2,52
		2023	Rp	1.948.434.951	Rp	56.111.925.225	100	3,47
		2024	Rp	7.890.960.483	Rp	59.662.191.062	100	13,23
9	WIRG	2021	Rp	109.953.611.137	Rp	150.319.837.499	100	73,15
		2022	Rp	258.704.232.346	Rp	626.446.485.878	100	41,30
		2023	Rp	411.491.531.746	Rp	715.163.545.095	100	57,54
		2024	Rp	632.145.458.883	Rp	807.685.284.859	100	78,27
10	ELIT	2021	Rp	30.746.041.175	Rp	19.498.657.425	100	157,68
		2022	Rp	65.032.288.399	Rp	54.699.348.070	100	118,89
		2023	Rp	107.892.659.471	Rp	119.879.137.533	100	90,00
		2024	Rp	145.220.824.171	Rp	134.130.778.743	100	108,27
11	CHIP	2021	Rp	28.507.621.298	Rp	6.496.957.806	100	438,78
		2022	Rp	46.915.809.782	Rp	19.842.520.281	100	236,44
		2023	Rp	54.165.745.420	Rp	59.746.107.166	100	90,66
		2024	Rp	53.910.626.197	Rp	65.486.808.655	100	82,32
12	AXIO	2021	Rp	429.874.685.913	Rp	267.026.696.921	100	160,99
		2022	Rp	593.506.552.519	Rp	497.246.127.627	100	119,36
		2023	Rp	405.946.811.169	Rp	533.814.387.324	100	76,05
		2024	Rp	524.892.647.630	Rp	516.223.476.129	100	101,68
13	TOSK	2021	Rp	31.742.294.527	Rp	361.567.723	100	8779,07
		2022	Rp	38.146.179.520	Rp	5.083.400.954	100	750,41
		2023	Rp	51.276.877.779	Rp	41.507.953.487	100	123,54
		2024	Rp	62.118.118.810	Rp	153.366.945.906	100	40,50

Lampiran 4 : Data Mentah DER

No	Nama Perusahaan	Tahun	Total Utang		Total Ekuitas		%	DER
14	APLI	2021	Rp	200.245.883.845	Rp	231.034.769.819	100	86,67
		2022	Rp	189.586.990.363	Rp	278.954.892.903	100	67,96
		2023	Rp	156.657.593.788	Rp	333.849.318.119	100	46,92
		2024	Rp	121.043.838.704	Rp	343.563.535.291	100	35,23

Lampiran 5 : Data PBV

No	Nama Perusahaan	Tahun	PBV
1	MTDL	2021	2,16
		2022	1,58
		2023	1,46
		2024	1,08
2	GLVA	2021	1,23
		2022	3,39
		2023	1,54
		2024	1,02
3	WIFI	2021	1
		2022	0,52
		2023	0,43
		2024	5,47
4	DCII	2021	87,7
		2022	56,99
		2023	39,42
		2024	33,41
5	EDGE	2021	9,16
		2022	6,66
		2023	5,93
		2024	4,7
6	ZYRX	2021	0,67
		2022	1,49
		2023	0,66
		2024	0,52
7	UVCR	2021	1,16
		2022	1,23
		2023	2,43
		2024	1,28

Lampiran 5 : Data PBV

No	Nama Perusahaan	Tahun	PBV
8	WGSB	2021	3,81
		2022	2,69
		2023	1,11
		2024	3,48
9	WIRG	2021	3,81
		2022	2,95
		2023	1,72
		2024	1,11
10	ELIT	2021	3,67
		2022	6,39
		2023	1,83
		2024	2,8
11	CHIP	2021	24,8
		2022	25,39
		2023	31,97
		2024	17,05
12	AXIO	2021	1,44
		2022	2,17
		2023	2,21
		2024	1,21
13	TOSK	2021	1,6
		2022	0,52
		2023	9,06
		2024	1,43
14	APLI	2021	1,2
		2022	1,34
		2023	2,29
		2024	2,22

Lampiran 6 : Data Mentah Size

No	Nama Perusahaan	Tahun	Total Aset	SIZE
1	MTDL	2021	Rp 7.588.792.000.000	29,66
		2022	Rp 8.582.896.000.000	29,78
		2023	Rp 10.146.570.000.000	29,95
		2024	Rp 11.651.762.000.000	30,09
2	GLVA	2021	Rp 619.387.000.000	27,15
		2022	Rp 920.342.000.000	27,55
		2023	Rp 931.719.000.000	27,56
		2024	Rp 1.113.584.000.000	27,74
3	WIFI	2021	Rp 896.309.450.876	27,52
		2022	Rp 1.407.734.393.802	27,97
		2023	Rp 1.564.229.614.546	28,08
		2024	Rp 2.907.415.732.374	28,70
4	DCII	2021	Rp 2.991.613.000.000	28,73
		2022	Rp 3.217.564.000.000	28,80
		2023	Rp 3.676.484.000.000	28,93
		2024	Rp 4.820.065.000.000	29,20
5	EDGE	2021	Rp 1.271.136.000.000	27,87
		2022	Rp 1.605.942.000.000	28,10
		2023	Rp 2.723.373.000.000	28,63
		2024	Rp 3.511.833.000.000	28,89
6	ZYRX	2021	Rp 277.574.559.488	26,35
		2022	Rp 707.229.818.529	27,28
		2023	Rp 491.041.729.194	26,92
		2024	Rp 392.444.598.785	26,70
7	UVCN	2021	Rp 1.859.546.193	21,34
		2022	Rp 2.109.833.544	21,47
		2023	Rp 124.209.024.166	25,55
		2024	Rp 194.778.092.149	26,00
8	WGSN	2021	Rp 54.490.993.411	24,72
		2022	Rp 57.137.687.797	24,77
		2023	Rp 58.060.360.176	24,78
		2024	Rp 67.553.151.545	24,94
9	WIRG	2021	Rp 260.273.448.636	26,28
		2022	Rp 885.150.718.224	27,51
		2023	Rp 1.126.655.076.841	27,75
		2024	Rp 1.439.830.743.742	28,00
10	ELIT	2021	Rp 50.244.698.600	24,64
		2022	Rp 119.731.636.469	25,51
		2023	Rp 227.771.797.004	26,15
		2024	Rp 279.351.602.914	26,36

Lampiran 6 : Data Mentah Size

No	Nama Perusahaan	Tahun	Total Aset	SIZE
11	CHIP	2021	Rp 35.004.579.104	24,28
		2022	Rp 66.758.330.063	24,92
		2023	Rp 113.911.852.586	25,46
		2024	Rp 119.397.434.852	25,51
12	AXIO	2021	Rp 52.193.983.685	24,68
		2022	Rp 85.743.073.640	25,17
		2023	Rp 247.145.797.555	26,23
		2024	Rp 283.220.930.116	26,37
13	TOSK	2021	Rp 5.965.529.048	22,51
		2022	Rp 13.248.718.974	23,31
		2023	Rp 46.051.432.106	24,55
		2024	Rp 44.876.385.948	24,53
14	APLI	2021	Rp 17.844.600.702	23,60
		2022	Rp 24.605.615.539	23,93
		2023	Rp 97.714.378.565	25,31
		2024	Rp 98.420.170.851	25,31

Lampiran 7 : Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	56	1.36	6.41	2.9252	.82730
Profitabilitas	56	1.59	93.70	11.1026	11.97258
Leverage	56	.66	9.36	2.1259	1.82149
Ukuran Perusahaan	56	1.41	3.14	2.2044	.41496
Valid N (listwise)	56				

Lampiran 8 : Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

RES_1		
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.60708817

Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.053
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.228	.502		2.446	.018		
Profitabilitas	.038	.007	.549	5.250	.000	.948	1.054
Leverage	.141	.048	.310	2.955	.005	.943	1.060
Ukuran Perusahaan	.444	.214	.222	2.069	.044	.896	1.116

- a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.133	.316		.422	.675		
Profitabilitas	-.006	.005	-.182	-1.318	.193	.948	1.054
Leverage	-.004	.030	-.018	-.127	.899	.943	1.060
Ukuran Perusahaan	.181	.135	.191	1.340	.186	.896	1.116

- a. Dependent Variable: ABS_RES

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.679 ^a	.462	.430	.62435	1.690

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Lampiran 9 : Analisis Regresi Linier Berganda

1. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.462	.430	.62435

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

2. Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.373	3	5.791	14.855	.000 ^b
	Residual	20.271	52	.390		
	Total	37.643	55			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage

3. Uji t model 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.228	.502		2.446	.018
	Profitabilitas	.038	.007	.549	5.250	.000

Leverage	.141	.048	.310	2.955	.005
Ukuran Perusahaan	.444	.214	.222	2.069	.044

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

4. Uji t model 2

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.253	.152		14.792	.000
	Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	.015	.003	.605	5.906	.000
	Leverage dengan Ukuran Perusahaan	.065	.024	.271	2.646	.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Biodata Mahasiswa

Nama : Nabila Rahmania
NIM : 2105046015
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 28 Juni 2003
Alamat : Jl. Jambudipa RT.01/RW.07, Cilebut Timur,
Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor
No. Hp : 081212310102
E-Mail : bilahrahman28@gmail.com
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Akuntansi Syariah



B. Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN Cilebut 01, lulus tahun 2015
2. SMP Daarul Qur'an Islamic Boarding School, lulus tahun 2018
3. SMAS Unggulan Ar-Rahman, lulus tahun 2021

C. Riwayat Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris LPM Invest 2021-2022
2. Tim Sastra LPM Invest 2022-2023
3. Senat Mahasiswa FEBI 2021-2022
4. Dewan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang 2022-2023

Demikian biadata ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk
dipergunakan sebagaimana mestinya

Semarang, 18 Juni 2024

Nabila Rahmania