

PENGARUH PROFITABILITAS DAN *PRICE EARNING RATIO* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *LEVERAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Marciano Dias Quintas Da Costa¹, Muchlis Mas'ud², Dharmayanti Pri Handini³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Widyagama Malang,
marcianodiasquintas23@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Widyagama Malang, masudmuchlis@gmail.com

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas Widyagama Malang, dharmayanti35@gmail.com

Presenting Author: marcianodiasquintas23@gmail.com

*Corresponding Author: masudmuchlis@gmail.com

Abstrak

Artikel ini menguji pengaruh profitabilitas, dan *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel mediasi. Penelitian dilakukan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar dengan populasi 40 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria populasi, jumlah sampel yang memenuhi syarat adalah 20 perusahaan, teknik analisis datanya menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap *leverage*; *price earning ratio* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *leverage*; profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan; *price earning ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan; *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan; *leverage* tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan; *leverage* tidak mampu memediasi *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, *price earning ratio*, *leverage*, nilai perusahaan

Abstract

This article examines the effect of profitability, and the price earning ratio on a company's value with leverage as a mediation variable. The research was conducted on large trade sub-sectors with a population of 40 companies. The sampling technique used is purposive sampling. Based on population criteria, the number of eligible samples is 20 companies, its data analysis techniques using path analysis. The results showed that profitability had a significant negative effect on leverage; price earning ratio has an insignificant positive effect on leverage; profitability has no significant positive effect on the value of the company; price earning ratio has a significant positive effect on the value of the company; leverage has a significant positive effect on the value of the company; leverage is unable to mediate the influence of profitability on the value of the company; Leverage is unable to mediate the price earning ratio to the value of the company.

Keywords: Profitability, price earning ratio, leverage, company value

PENDAHULUAN

Tujuan normatif perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual. Perusahaan mempunyai tujuan jangka panjang dan jangka pendek yaitu mendapat laba maksimal dengan sumber daya yang ada, tujuan jangka panjang utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, Dani (2017). Pada penelitian ini hanya menggunakan empat rasio keuangan yaitu profitabilitas, *price earning ratio*, *leverage*, dan Nilai Perusahaan.

Semakin besar hutang maka akan semakin meningkat nilai perusahaan namun hanya sampai pada batas tertentu saja. Jika melebihi batas tersebut, penggunaan hutang justru akan menurunkan nilai perusahaan. Bagi perusahaan, adanya hutang dapat membantu untuk mengendalikan penggunaan dana kas secara bebas dan berlebihan oleh pihak manajemen. Peningkatan kontrol ini pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari peningkatan harga saham. Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Teori ini di dukung oleh penelitian Sunardi dan Febrianti (2020), Winda (2020), Purnomo dan Erawati (2019) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari (2020), dan Veniadetama (2020) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode, Horne dan Wachowicz (2005).Semakin tinggi profitabilitas diindikasikan perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik hal tersebut akan berdampak pada naiknya harga saham sehingga dapat meningkatkan juga nilai perusahaan.Semakin tinggi rasio profitabilitas akan menarik investor sehingga akan berminat untuk menanamkan modalnya di perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Teori ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rumengan, Murni,dan Untu (2020), Oktowiati dan Nurhayati (2020), Halik (2018), Halimah (2017), Annisa (2017), Setiawan (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian ini berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Fitrianiingsih, D. (2020) dan Umaiya (2018) yang menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Price Earning Ratio mencerminkan indikator yang baik untuk menentukan stock return dimasa yang akan datang, dimana jika semakin tinggi *Price Earning Ratio* maka semakin tinggi pula harga per lembar saham suatu perusahaan dan mengindikasikan nilai perusahaan yang bagus. Perusahaan yang menghasilkan keuntungan yang lebih besar akan cenderung mempunyai keuntungan yang ditahan lebih besar, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dananya untuk melakukan ekspansi dari sumber internal perusahaan. Semakin besar keuntungan ditahan, semakin besar kebutuhan dananya dipenuhi dari dalam perusahaan, sehingga mengurangi penggunaan dana dari eksternal (utang) sesuai dengan *pecking order theory* (Brealy, et al, 2001). Teori ini didukung oleh penelitian dari Oktowiati dan Nurhayati (2020), Fransisca (2020), Innafisah ,dkk (2019), Prasetyorini (2013), Anggraini (2014), Mabruroh (2015) yang menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian ini berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Mardiana(2020), Languju (2016), Krisna (2019) yang menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Semakin besar profitabilitas perusahaan *leverage* akan menurun, maka jika profitabilitas perusahaan meningkat, penggunaan utang perusahaan akan menurun. Teori ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ryando (2020), Suharsono & Setiadi (2020), Umar, Arinta,

Anwar (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap *leverage*. Namun menurut Amarudin, dkk (2019), Halim, dkk (2019) dan Sulistyanto & Pengestuti (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *leverage*.

Price earning ratio memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap struktur modal. Dengan kata lain, semakin tinggi *price earning ratio* suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi jumlah hutang perusahaan tersebut. Teori ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sarasati (2013), Mujati & Dzulqodah (2016) yang menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh positif terhadap *Leverage*. Namun penelitian dari Yuliani (2017), dan Silitonga (2014) menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh negatif terhadap *Leverage*.

Tabel 1 Rata-rata Profitabilitas, *Price Earning Ratio* (PER), *Leverage*, dan Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018

Variabel	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
Profitabilitas (ROA)	2,51	3,27	5,72	4,12
<i>Price Earning Ratio</i>	20,42	16,28	22,03	3,69
<i>Leverage</i> (DER)	1,68	1,80	1,74	2,80
Nilai Perusahaan (PBV)	1,23	1,55	1,95	1,84

Berdasarkan data dari tabel 1 menunjukkan bahwa selama periode 2015-2018 rata-rata profitabilitas mengalami mengalami fluktuatif dari tahun ke tahun dimana dari tahun 2015-2017 mengalami peningkatan namun pada tahun 2018 mengalami penurunan dan diikuti dengan rata-rata Nilai Perusahaan (PBV) Sejak tahun 2016-2017 mengalami kenaikan namun pada tahun 2018 mengalami penurunan. Jika dilihat rata-rata *Leverage* (DER) menunjukkan adanya peningkatan setiap tahunnya dan diikuti *Price Earning Ratio* rata-rata setiap tahunnya selalu naik turun.

KAJIAN PUSTAKA

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang dapat diukur dengan *return on asset* (ROA). *Return On Assets* paling sering digunakan investor untuk menilai hasil kinerja manajemen secara keseluruhan (Anwar, 2020:176). *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio Profitabilitas yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki perusahaan. Semakin besar profitabilitas perusahaan *leverage* akan menurun, maka jika profitabilitas perusahaan meningkat, penggunaan utang perusahaan akan menurun sesuai dengan sesuai dengan *pecking order theory* (Brealy, et al,2001).

H1 : Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Leverage pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI 2015-2018.

Semakin tinggi profitabilitas diindikasikan perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik hal tersebut akan berdampak pada naiknya harga saham sehingga dapat meningkatkan juga nilai perusahaan. Semakin tinggi rasio profitabilitas akan menarik investor sehingga akan berminat untuk menanamkan modalnya di perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Horne dan Wachowicz, 2005).

H3 : Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI 2015-2018.

Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio bermanfaat untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja saham suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam laba per sahamnya. *Price Earning Ratio* adalah Rasio yang diperoleh dari harga pasar saham biasa dibagi dengan laba perusahaan. Maka semakin tinggi rasio akan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan semakin membaik, sebaliknya jika *Price Earning Ratio* terlalu tinggi juga dapat mengindikasikan bahwa harga saham yang ditawarkan sudah tinggi atau tidak rasional (Sugiyanto, 2008). Semakin besar *price earning ratio* suatu saham menyatakan saham tersebut semakin mahal terhadap pendapatan bersih per sahamnya. Dengan demikian semakin besar besar nilai PER suatu perusahaan semakin tinggi jumlah hutang (Sugiyanto, 2008).

H2 : Diduga Price Earning Ratio (PER) berpengaruh terhadap Leverage pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI 2015-2018.

Price Earning Ratio mencerminkan indikator yang baik untuk menentukan *stock return* dimasa yang akan datang, dimana jika semakin tinggi *Price Earning Ratio* maka semakin tinggi pula harga per lembar saham suatu perusahaan dan mengindikasikan nilai perusahaan yang bagus.

H4: Diduga Price Earning Ratio (PER) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI 2015-2018.

Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayarkan seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* dalam penelitian ini diproksikan dengan rasio *debt to equity ratio* karena DER menandakan struktur permodalan usaha lebih banyak memanfaatkan hutang-hutang relatif terhadap ekuitas suatu perusahaan (Kasmir, 2012). Rasio ini juga memberikan petunjuk umum tentang kelayakan dan resiko keuangan perusahaan.

Rasio ini menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dari sisi hutangnya, semakin rendah tingkat hutang perusahaan maka akan semakin baik persepsi investor terhadap perusahaan. Persepsi investor terhadap perusahaan akan mempengaruhi minatnya dalam membeli saham perusahaan atau lebih tepatnya akan mempengaruhi permintaan akan saham di pasar modal. Semakin baik persepsi investor pada perusahaan akan diiringi dengan semakin meningkatnya permintaan saham di pasar modal yang selanjutnya akan mempengaruhi nilai perusahaan (Houston, 2006).

H5 : Diduga Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI 2015-2018.

H6 : Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan mediasi Leverage pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI 2015-2018.

H7 : Diduga Price Earning Ratio (PER) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan mediasi Leverage pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI 2015-2018.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga, hutang, dan ekuitas yang beredar. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan rasio perbandingan harga saham dan nilai buku suatu perusahaan yang mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan manajemen dan organisasi perusahaan yang terus tumbuh (Keown, 2004).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana analisis data bersifat kuantitatif /statistik. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yakni laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan oleh BEI. Populasi dalam penelitian ini merujuk pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018 sebanyak 40 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan yang memenuhi kriteria populasi sebagaimana yang tunjukan pada tabel berikut

Tabel 2 Penentuan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI periode 2015-2018	40
Jumlah perusahaan sub sektor perdagangan besar yang tidak memiliki laporan keuangan yang lengkap periode 2015-2018	20
Jumlah Perusahaan Sampel	20

Sumber: www.idx.co.id

Dengan demikian maka jumlah data pengamatan adalah: 20 x 4 Tahun = 80. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis jalur yang ditunjukkan melalui dua model persamaan struktural:

Persamaan 1

$$M = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 X + e$$

Keterangan :

M : Variabel Mediasi
X : Variabel Independen
a : Konstanta
 $\beta_1 \beta_2$: Koefisien regresi
e : eror

Persamaan 2

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 X + \beta_3 M + e$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen
X : Variabel Independen
A : Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi
e : eror

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dan uji t untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel mediasi (Studi kasus pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI periode 2015-2018). Analisis dilakukan dengan dua model persamaan regresi berganda dengan bantuan soft ware SPSS.

Model persamaan 1 :

$$M = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 X + e$$

Adapun hasil ouput model persamaan 1 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3 Uji Regresi Persamaan 1
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.677	.397		6.746	.000
	PROFITABILITAS	-.180	.056	-.387	-3.183	.002
	PRICE EARNING RATIO	.002	.008	.029	.240	.811

a. Dependent Variable: LEVERAGE

Sumber: Data Diolah (2021)

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$M = 2.677 - 0.387X + 0.002X + e$$

Koefisien Regresi Profitabilitas (X1)

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada tabel 2, menunjukkan bahwa koefisien regresi sebesar -0.387 dan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$ dengan t hitung $-3,183 > -1,990$ (t table). Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap *Leverage*. Koefisien regresi memiliki tanda negatif yang berarti bahwa jika profitabilitas mengalami penurunan akan meningkatkan leverage. Sebaliknya jika profitabilitas meningkat maka *leverage* akan mengalami penurunan.

Koefisien Regresi *Price Earning Ratio* (X2)

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada tabel 2, menunjukkan bahwa koefisien regresi sebesar 0,029 dan tingkat signifikansi $0,811 > 0,05$ dengan t hitung $0,240 < 1,990$. Hasil ini menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *leverage*. Koefisien regresi memiliki tanda positif yang berarti bahwa jika *price earning ratio* mengalami kenaikan 1% maka *leverage* pun akan naik sebesar 0,029% akan tetapi hal ini tidak terbukti.

Model Persamaan 2 :

$$Y = \alpha + \beta_1X + \beta_2X + \beta_3M + e$$

Adapun hasil output model persamaan 2 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4 Uji Regresi Persamaan 2
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.779	.200		3.897	.000
	PROFITABILITAS	.046	.024	.210	1.901	.061
	PRICE EARNING RATIO	.009	.003	.280	2.688	.009
	LEVERAGE	.272	.046	.584	5.984	.000

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Data Diolah (2021)

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = 0.779 + 0.210X + 0.280X + 0.584 + e$

Koefisien Regresi Profitabilitas (X1)

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada tabel 3, menunjukkan bahwa koefisien regresi sebesar 0,210 pada tingkat signifikansi $0,061 < 0,05$ dengan t hitung $1,901 < 1,990$ (t table). Hal ini berarti profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi memiliki tanda positif yang berarti bahwa jika profitabilitas meningkat sebesar 1% maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,210% akan tetapi hal ini tidak terbukti.

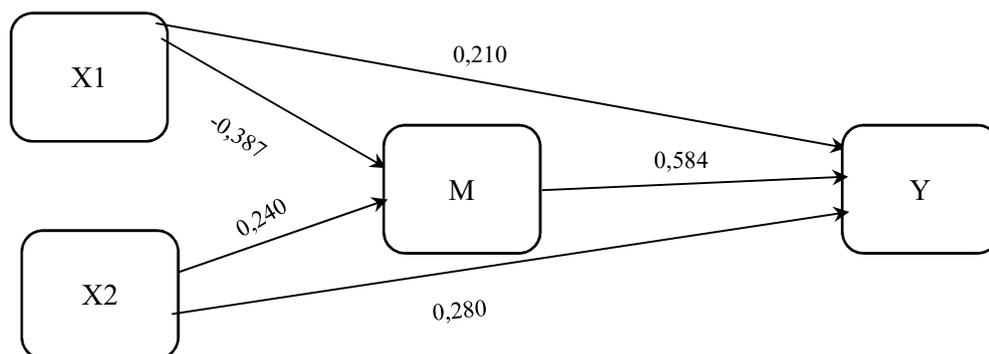
Koefisien Regresi Price Earning Ratio (X2)

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada tabel 3, menunjukkan bahwa koefisien regresi sebesar 0,280 dengan tingkat signifikansi $0,009 < 0,05$ dengan t hitung $2,688 > 1,990$ (t table). Hasil ini menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi memiliki tanda positif yang berarti bahwa jika *price earning ratio* meningkat sebesar 1% maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,280% hal ini terbukti karena *price earning ratio* signifikan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Regresi Leverage (M)

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada tabel 3, menunjukkan bahwa koefisien regresi sebesar 0,584 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan t hitung $5,984 > 1,990$ (t table). Hasil ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi memiliki tanda positif yang berarti bahwa jika *leverage* meningkat 1% maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,584 % hal ini dapat dibuktikan karena *leverage* signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan rangkuman hasil pengaruh seluruh perhitungan analisis jalur struktur 1 dan struktur 2 yang telah dianalisis, dapat digambarkan hasilnya sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Keseluruhan Struktur
Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel 5 Rangkuman Hasil Pengaruh Berdasarkan Koefisien Jalur

Pengaruh Variabel	Pengaruh Kasual		Keterangan
	Langsung	Tidak Langsung	
X1 terhadap Y	0,210		Berpengaruh positif tidak signifikan
X2 terhadap Y	0,280		Berpengaruh positif signifikan
X1 terhadap M	-0,387		Berpengaruh negatif signifikan
X2 terhadap M	0,240		Berpengaruh positif tidak signifikan
M terhadap Y	0,584		Berpengaruh positif signifikan
X1 terhadap Y melalui M		$-0,387 \times 0,584 = -0,226$	Ditolak karena pengaruh tidak langsung (-0,226) lebih kecil dari pengaruh langsung (0,210).
X2 terhadap Y melalui M		$0,240 \times 0,584 = 0,140$	Ditolak karena pengaruh tidak langsung (0,140) lebih kecil dari pengaruh langsung (0,280).

Sumber : Data Diolah (2021)

Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Leverage*

Berdasarkan Hasil Uji regresi pada tabel 2 menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap *leverage* pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI 2015-2018. Artinya jika semakin tinggi Profitabilitas maka penggunaan hutang mengalami penurunan. Hal ini karena perusahaan lebih mengutamakan sumber dana internal (sisa laba yang ada) dari pada menambah hutang. Jika profitabilitas menurun maka penggunaan hutang mengalami kenaikan. Hasil studi ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *leverage* pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI. Dengan demikian menerima H1 dan menolak H0.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Amarudin, dkk (2019), Halim, dkk (2019) dan Sulistyanto & Pengestuti (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *leverage*. Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Ryando (2020), Suharsono & Setiadi (2020), Umar, Arinta, Anwar (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap *leverage*

Pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) Terhadap *Leverage*

Berdasarkan uji regresi pada tabel 2 menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *leverage* pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI. Hal ini artinya jika *price earning ratio* naik maka *leverage* juga ikut naik begitu pun sebaliknya jika *price earning ratio* turun maka *leverage* juga ikut turun pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar dalam BEI. Namun hal ini tidak terbukti, dengan demikian menolak H1 dan menerima H0. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sarasati (2013), Mujati & Dzulqodah (2016) yang menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh positif terhadap *Leverage*. Namun menurut penelitian Yuliani (2017), dan Silitonga (2014) menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh negatif terhadap *Leverage*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 3 menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI. Hal ini menunjukkan bahwa jika profitabilitas naik maka nilai perusahaan juga akan naik begitupun sebaliknya jika profitabilitas turun maka nilai perusahaan juga ikut turun, namun hal ini tidak terbukti. Dengan demikian menolak H1 dan menerima H0. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rumengan, Murni, dan Untu (2020), Oktowiati dan Nurhayati (2020), Halik (2018), Halimah (2017),

Annisa (2017), Setiawan (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian ini berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Fitriyaningsih, D. (2020) dan Umaiya (2018) yang menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis uji regresi pada tabel 3 menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa *price earning ratio* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dimana jika *price earning ratio* naik maka nilai perusahaan juga akan naik begitupun sebaliknya jika *price earning ratio* turun maka nilai perusahaan juga akan turun pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI. Dengan demikian menerima H1 dan menolak H0.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktowiati dan Nurhayati (2020), Fransisca (2020), Innafisah, dkk (2019), Prasetyorini (2013), Anggraini (2014), Mabruroh (2015) yang menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian ini berbeda dengan penelitian yang diteliti oleh Mardiana(2020), Languju (2016), Krisna (2019) yang menunjukkan bahwa *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 3 menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI. Hasil ini menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan artinya jika *leverage* naik maka nilai perusahaan juga akan naik begitupun sebaliknya jika *leverage* turun maka nilai perusahaan juga akan turun. Dengan demikian menerima H1 dan menolak H0. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunardi dan Febrianti (2020), Winda (2020), Purnomo dan Erawati (2019) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Leverage*

Berdasarkan hasil analisis besarnya pengaruh langsung 0,210 sedangkan pengaruh tidak langsung harus dihitung yaitu $(-0,387 \times 0,584 = -0,226)$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,210 dan pengaruh tidak langsung sebesar -0,226 yang berarti bahwa pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak mampu memediasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil uji mediasi diketahui bahwa *Leverage* tidak memediasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI. Dengan demikian menolak H1 dan menerima H0. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Edi Purnomo & Teguh Erawati (2019), Amaruddin, dkk (2019) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak dapat memediasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Pengaruh *Price Earning Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui *Leverage*

Berdasarkan hasil analisis besarnya pengaruh langsung 0,280 sedangkan pengaruh tidak langsung harus dihitung yaitu $(0,240 \times 0,584 = 0,140)$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,280 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,140 yang berarti bahwa pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak mampu memediasi *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di BEI.

Hasil uji mediasi diketahui bahwa *leverage* tidak memediasi hubungan antara *price earning ratio* dengan nilai perusahaan dikarenakan PER yang tinggi. Ini menandakan bahwa harga saham yang ditawarkan sudah tinggi atau tidak rasional sehingga sangat beresiko untuk berinvestasi. Dengan demikian menolak H1 dan menerima H0.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat ditemukan beberapa kesimpulan sebagai berikut; profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap *leverage*. Hasil ini menunjukkan bahwa jika profitabilitas meningkat perusahaan cenderung akan lebih mengutamakan penggunaan dana internal daripada hutang untuk membiayai aktivitas perusahaan. Tinggi atau rendahnya *price earning ratio* tidak menentukan tingkat *leverage* perusahaan. Hal ini karena untuk memperoleh tambahan hutang pada dasarnya ditentukan oleh tingkat profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan.

Profitabilitas perusahaan tidak secara nyata menentukan nilai perusahaan. Hal ini karena investor lebih tertarik dengan informasi harga saham di lantai bursa daripada profitabilitas perusahaan. *Price Earning Ratio* merupakan salah satu faktor kinerja saham, sehingga hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya penggunaan hutang perusahaan *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan peningkatan atau tambahan manfaat (benefit) yang didapat perusahaan dari penggunaan hutang sehingga nilai perusahaan meningkat.

Leverage tidak mampu memediasi hubungan antara Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Hal ini karena profitabilitas perusahaan cenderung mengalami penurunan. *Leverage* tidak mampu memediasi hubungan antara *Price Earning Ratio* dengan Nilai Perusahaan. Hal ini karena profitabilitas dan *price earning ratio* mengalami penurunan yang signifikan.

Berikut beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut; rendahnya nilai koefisien determinasi (*R Square*) hendaknya mendorong peneliti selanjutnya untuk lebih banyak menggali faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan topik yang sama sebaiknya menambah variabel lain untuk diteliti.

REFERENSI

- Abdul Halim dan Bambang Supomo. 2001. Akuntansi Manajemen, Edisi 1. Salemba Empat: Jakarta
- Agus Sartono. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE
- Brigham, F. Eugene dan Joel F. Houston. 2013. Dasar-dasar Manajemen Empat.
- Fahmi, Irham. 2012. Analisis Kinerja Keuangan. Bandung: ALFABETA
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: BP UNDIP.
- Halim, M, Chandra, T, & Sudarno, S (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di *Procuratio: Jurnal ...*, ejournal.pelitaindonesia.ac.id
- Horne, V.J.C. and Wachowicz, J.M. (2014). Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan (Fundamentals of Financial Management). Edisi 13 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Husnan, Suad. (2003). Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas. (Edisi 3). Yogyakarta : UPPN STIM YKPN.
- I Made Sudana. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto, H.M. (2003). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Languju, O (2016). Pengaruh Return On Equity, Ukuran Perusahaan, Price Earning Ratio dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Property and real estate terdaftar di Bursa Efek *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, ejournal.unsrat.ac.id
- Lebelaha, D. L. A., Saerang, I. S., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *Perusahaan*

- Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014.*
- Modigliani, F. dan Miller. M. H. (1963). Corporate Income Taxes and the Cost of Capital: A Correction. *American Economic Review*, 53 (3) June, 433-443.
- Mohamad, A., Umar, H., Agustina, H. (2019). Effect of Growth Opportunity, Corporate Tax, and Profitability toward Value of Firm through Capital Structure (listed Manufacturing Companies of Indonesia). *Finance: Theory and Practice*, 23(5).
- Mujati, Y, & Dzulqodah, M (2016). *Pengaruh EPS dan PER terhadap DER dan Harga Saham pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman di BEI.*, Eksis
- Munawir. 2014. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Oktowiati, ED, & Nurhayati, M (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, mix.mercubuana.ac.id
- Purnomo, E, & Erawati, T (2019). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, jurnalfe.ustjogja.ac.id,
- Puspitasari, DP (2020). *Modal Intelektual, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel*, repository.stiesia.ac.id
- Rumengan, J, Murni, S, & Untu, VN (2020). Analisis Faktor Fundamental Terhadap Nilai Perusahaan Industri Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset ...*, ejournal.unsrat.ac.id
- Ryando, R (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Perusahaan Pertambangan Subsektor Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek *Jurnal Ilmiah Manajemen Surya ...*, journal.universitassuryadarma.ac.id
- Suharsono, S, & Setiadi, I (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah ...*, jurnalnasional.ump.ac.id,
- Sulistiyanto, BW, & Pangestuti, IRD (2018). *Analisis Pengaruh Umur Perusahaan, Corporate Governance Dan ROA Terhadap Struktur Modal Dengan Variabel Kontrol ...*, Eprints.Undip.Ac.Id
- Sunardi, N, & Febrianti, F (2020). Likuiditas dan Kebijakan Hutang Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Sektor Telekomunikasi di *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen ...)*, openjournal.unpam.ac.id
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Kanisius.
- Umar, AUA Al, Arinta, YN, Anwar, S, & ... (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Jakarta Islamic Index: Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Inventory ...*, e-journal.unipma.ac.id
- Winda, W (2020). *Pengaruh Return On Equity (Roe) dan Debt To Equity Ratio (Der) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Periode 2017 ...*, repository.univ-tridianti.ac.id
- www.idx.co.id
- Yuliani, YY (2017). Analisis Struktur Modal Perusahaan Industri Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, ejournal.unitomo.ac.id