

Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi

Aulia Nailufar¹, Mahirun², Meliza³

Mahasiswa Program Studi S2 Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pekalongan¹

Dosen Program Studi S2 Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Pekalongan^{2,3}

Abstrak

Tujuan utama penelitian ini adalah meneliti apa yang membuat perbedaan pada hasil operasional dan keuangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengisi beberapa kesenjangan dalam pemahaman kita tentang strategi keuangan yang tersedia bagi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI dalam subsektor produk perawatan tubuh yang melaporkan laporan keuangan mereka secara berurutan dari tahun 2019 hingga 2023 dengan melihat bagaimana leverage dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan melalui profitabilitas. Berdasarkan hasil penelitian, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas dapat memediasi hubungan antara nilai perusahaan dan leverage. Profitabilitas juga dapat memediasi hubungan antara nilai perusahaan dan ukuran perusahaan. Ketiga faktor ukuran bisnis, profitabilitas, nilai perusahaan, dan leverage semuanya memiliki hubungan positif satu sama lain.

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

Abstract

The main objective of this study is to examine what makes a difference in operational and financial results. The purpose of this study is to fill some gaps in our understanding of the financial strategies available to IDX-listed companies in the personal care products subsector that report their financial statements sequentially from 2019 to 2023 by looking at how leverage and firm size affect firm value through profitability. Based on the results of the study, profitability has a positive effect on firm value, firm size, and profitability can mediate the relationship between firm value and leverage. Profitability can also mediate the relationship between firm value and firm size. The three factors of business size, profitability, firm value, and leverage all have a positive relationship with each other.

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

Copyright (c) 2025 Aulia Nailufar

✉ Corresponding author :

Email Address : aulia.nailufar.2609@gmail.com

PENDAHULUAN

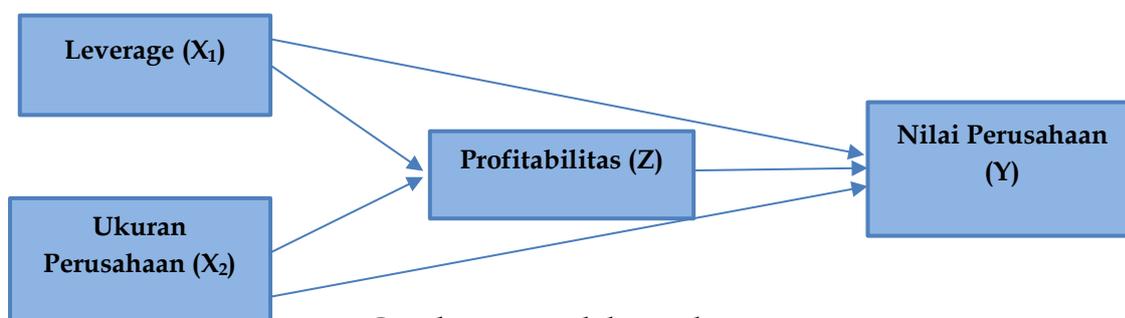
Dalam menghadapi persaingan global yang ketat dan perubahan selera konsumen, perusahaan produk perawatan pribadi menghadapi kendala yang sangat

besar untuk menjadi kompetitif dan bernilai. Sebagai ukuran keberhasilan manajemen dalam mengalokasikan sumber daya pasar, nilai perusahaan merupakan instrumen yang ampuh untuk memikat investor. Faktor-faktor seperti profitabilitas, ukuran, dan leverage memengaruhi nilai perusahaan yang terdaftar di BEI. Hal ini terutama berlaku pada subsektor industri produk perawatan pribadi (D42).

Sebagai contoh, perusahaan seperti PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dan PT Kino Indonesia Tbk (KINO), yang aktif melaporkan laporan keuangan mereka dari tahun 2019 hingga 2023, menghadapi tekanan untuk menjaga efisiensi keuangan di tengah fluktuasi pasar. PT Unilever Indonesia Tbk, sebagai salah satu perusahaan dengan ukuran besar, sering dianggap memiliki stabilitas operasional lebih baik dibanding perusahaan dengan ukuran lebih kecil. Sementara itu, perusahaan seperti PT Kino Indonesia Tbk, dengan *leverage* yang relatif tinggi, memiliki tantangan untuk menjaga tingkat profitabilitas agar tetap menarik bagi investor.

Menurut (Hery, 2017) dalam buku Kajian Riset Akuntansi, leverage mencerminkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam struktur modalnya, di mana penggunaan leverage yang optimal dapat meningkatkan pengembalian namun juga menambah risiko keuangan. Perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mampu bertahan dalam badai bisnis karena ukurannya sebanding dengan logaritma natural dari total asetnya, yang mengukur cakupan aktivitas dan sumber daya yang dimilikinya. ROA adalah metrik profitabilitas yang menunjukkan efisiensi bisnis dalam mengubah asetnya menjadi laba bersih. Di sisi lain, Tobin's Q menunjukkan seberapa yakin pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai; nilai yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memiliki prospek yang baik terhadap masa lalu dan masa depan perusahaan.

Menurut (Ardiana & Chabachib, 2018), Salah satu ukuran kepercayaan publik terhadap suatu perusahaan adalah tingkat minat yang diterimanya dari calon investor. Oleh karena itu, penting bagi setiap perusahaan untuk memiliki nilai. Investor dan eksekutif perusahaan adalah dua contoh pemangku kepentingan yang dapat mewakili nilai suatu perusahaan. Nilai ini dapat ditunjukkan melalui pendekatan perusahaan terhadap manajemen keuangan. Investor akan tertarik untuk menanamkan modal jika mereka memiliki persepsi positif tentang perusahaan (Istamarwati & Djoko Suseno, 2017). Pendapat (Octaviany et al., 2019) Karena perusahaan memiliki rasa kepercayaan yang besar dari komunitasnya, perusahaan memiliki nilai tinggi yang menunjukkan kinerja yang baik.



Gambar 1. Model Penelitian

Berikut ini adalah hipotesis penelitian, berdasarkan model penelitian:

Menurut (Octaviany et al., 2019), *leverage* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas karena perusahaan cenderung menggunakan dana

internal, sehingga utang tidak memengaruhi profitabilitas. Sebaliknya, (Aditya et al., 2021) menemukan *leverage* berpengaruh negatif signifikan, karena tingginya utang mengurangi profitabilitas akibat beban bunga dan pelunasan utang. Berbeda dengan (Christian, 2022), yang menyatakan leverage berpengaruh positif signifikan, meskipun utang tinggi dapat menekan laba perusahaan karena biaya yang timbul. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti membuat hipotesis pertama yaitu:

H1 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian (Octaviany et al., 2019) Profitabilitas suatu perusahaan dipengaruhi secara positif oleh ukurannya. Karena sumber data dan operasi operasionalnya lebih besar, organisasi yang lebih besar cenderung lebih stabil dan memiliki potensi lebih besar untuk menghasilkan laba. Hal ini didukung oleh penelitian (Christian, 2022) Untuk mengumpulkan modal, yang mungkin dapat mendongkrak laba, perusahaan besar akan lebih mudah menarik minat investor. hasil penelitian oleh (Aditya et al., 2021) Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas suatu perusahaan berbanding lurus dengan ukuran dan kualitas manajemennya. Berdasarkan penjelasan ini, peneliti mengajukan teori kedua, yaitu:

H2 : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas

Menurut (Octaviany et al., 2019), Leverage baik untuk nilai perusahaan karena, dengan manajemen yang tepat dan tanpa pengeluaran berlebihan, utang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut penelitian, mengambil pinjaman sebenarnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian (Aditya et al., 2021), yang menyatakan bahwa *leverage* memungkinkan perusahaan memperoleh laba lebih tinggi dan manfaat perlindungan pajak. (Christian, 2022) Selain itu, sejumlah besar utang dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan menyediakan dana yang diperlukan untuk mempertahankan profitabilitas yang lebih tinggi. Teori ketiga diajukan oleh peneliti berdasarkan uraian sebelumnya, yaitu:

H3 : *Leverage* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Menurut (Aditya et al., 2021), Karena bisnis besar cenderung lebih stabil, menarik bagi investor, dan mudah memperoleh pembiayaan, ukuran perusahaan merupakan prediktor kuat nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan (Christian, 2022), Skala yang berkembang dari suatu perusahaan, katanya, merupakan indikasi kemajuannya dan, lebih jauh lagi, nilainya. Namun, berbeda dengan (Octaviany et al., 2019), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak yang menguntungkan tetapi dapat diabaikan, karena menjadi besar tidak menjamin nilai yang besar jika perusahaan takut untuk tumbuh sebelum melunasi utangnya. Hal ini mengarah pada hipotesis berikut:

H4: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian dari (Aditya et al., 2021) Profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Profitabilitas sangat penting bagi bisnis karena mengindikasikan kinerja yang baik atau nilai yang tinggi. Sejalan dengan penelitian oleh (Octaviany et al., 2019) Bisnis yang menguntungkan akan menumbuhkan kepercayaan di antara investor, yang cenderung menanamkan uang ke perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang. Perusahaan harus menguntungkan karena investor dan pemilik modal menggunakannya sebagai proksi untuk laba dan harga saham di masa mendatang, yang pada gilirannya akan memengaruhi nilai perusahaan (Christian, 2022). Berdasarkan ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H5 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas sebagai mediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Menurut (Aditya et al., 2021), leverage tinggi menurunkan profitabilitas karena perusahaan lebih fokus melunasi utang daripada meningkatkan produktivitas, sehingga nilai perusahaan menurun. Namun, (Octaviany et al., 2019) dan (Christian, 2022) tidak mengidentifikasi peran mediasi untuk profitabilitas dalam hubungan antara leverage dan nilai perusahaan. Leverage tinggi justru mengurangi laba bersih akibat beban bunga, yang berdampak negatif pada harga saham dan mengirimkan sinyal buruk kepada investor, sehingga nilai perusahaan menurun. Berdasarkan hal ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H6 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas.

Menurut hasil penelitian dari (Aditya et al., 2021) Profitabilitas tidak dapat mengurangi dampak leverage terhadap nilai perusahaan. Octaviany et al. (2019) menemukan bahwa profitabilitas dapat memediasi hubungan antara leverage dan nilai perusahaan, namun hal ini bertentangan dengan temuan mereka. Perusahaan dengan kehadiran pasar yang besar, rekam jejak pertumbuhan komersial yang sukses, manajemen yang konsisten, dan prospek masa depan yang menjanjikan lebih mungkin menarik investor. Sejalan dengan hasil penelitian dari (Christian, 2022) menegaskan bahwa Efisiensi dapat memediasi hubungan antara Ekuitas dan Nilai Perusahaan. Investor tertarik untuk membeli saham suatu perusahaan ketika mereka melihat bahwa perusahaan tersebut cukup besar untuk menginvestasikan modal mereka dan memiliki peluang yang wajar untuk menghasilkan laba. Hal ini mengarah pada hipotesis berikut:

H7 : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas.

Teori Sinyal, yang menawarkan kerangka teoritis untuk memahami hubungan antara leverage, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan, adalah teori menyeluruh yang mendukung penyelidikan ini.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Dikemukakan oleh (Spence, 1973), teori ini menyatakan bahwa informasi yang diberikan perusahaan, seperti profitabilitas dan struktur keuangannya, dapat berfungsi sebagai sinyal kepada pasar tentang kondisi keuangan dan prospek perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel intervening bertindak sebagai sinyal kepada investor mengenai kemampuan perusahaan menghasilkan laba, yang pada akhirnya memengaruhi nilai perusahaan di pasar

Penelitian ini menjadi relevan karena mencakup periode 2019-2023, di mana perusahaan-perusahaan produk perawatan tubuh menghadapi dinamika ekonomi global, termasuk dampak pandemi COVID-19 yang signifikan memengaruhi operasional dan kinerja keuangan. Penelitian ini berupaya memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang strategi keuangan yang mungkin digunakan perusahaan di sektor ini dengan memeriksa dampak leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang diukur berdasarkan profitabilitas. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menambah literatur akademik tetapi juga memberi pemangku kepentingan dan perusahaan pengetahuan praktis tentang cara membuat strategi keuangan yang lebih baik.

METODOLOGI

Penelitian ini berupaya untuk menguji potensi hubungan antara variabel leverage, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan sebagai contoh metodologi kausal untuk penelitian kuantitatif. Salah satu variabel mediasi adalah profitabilitas. Dengan menganalisis data numerik secara statistik, penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengevaluasi teori-teori yang telah diajukan (Sugiyono, 2017). Pengambilan sampel secara purposif, yaitu strategi untuk memilih sampel menurut kriteria tertentu yang berkaitan dengan tujuan penelitian, digunakan dalam penelitian ini. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), *purposive sampling* memastikan bahwa sampel memiliki karakteristik yang sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian. Bisnis di industri produk perawatan pribadi yang terdaftar di BEI, memiliki data lengkap untuk semua variabel studi, belum dihapus dari daftar selama periode 2019 hingga 2023, dan secara teratur melaporkan laporan keuangan tahunan memenuhi syarat untuk dimasukkan dalam sampel. Pendekatan ini dirancang untuk memastikan validitas dan relevansi data yang digunakan dalam analisis.

Populasi penelitian ini adalah dua belas perusahaan yang terdaftar di BEI dari tahun 2019 hingga 2023 di sektor produk perawatan tubuh. Tujuh perusahaan berikut dipilih secara acak dari subsektor tersebut dan semuanya memenuhi kriteria berikut: semuanya terdaftar di BEI, bergerak di bidang produk perawatan tubuh, dan laporan keuangannya diterbitkan secara berurutan dari tahun 2019 hingga 2023. Diantaranya "PT. Kino Indonesia Tbk., PT. Martina Berto Tbk., PT. Mustika Ratu Tbk., PT. Mandom Indonesia Tbk., PT. Uni-Charm Indonesia Tbk., PT. Unilever Indonesia Tbk., PT. Victoria Care Indonesia Tbk".

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen, dependen, dan intervening. Berdasarkan penelitian, "leverage (X1) dan ukuran perusahaan (X2)" merupakan faktor independen yang digunakan. Sebaliknya, "nilai perusahaan (Y) dan profitabilitas (Z) sebagai variabel intervening" berfungsi sebagai variabel dependen penelitian.

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

2.1 Leverage

Leverage adalah rasio yang memberikan wawasan tentang kesehatan keuangan suatu organisasi. Hery (2017) menyatakan bahwa untuk menentukan rasio leverage, pertama-tama kita harus mendeskripsikan DER, yang menunjukkan besarnya utang suatu perusahaan dalam kaitannya dengan ekuitasnya. Semakin tinggi rasio ini, semakin besar risiko keuangan perusahaan, tetapi jika digunakan dengan benar, leverage dapat memberikan manfaat kepada pemegang saham dalam bentuk pengembalian yang lebih besar. Dalam konteks perusahaan produk perawatan tubuh, leverage berperan penting untuk mendanai ekspansi, terutama dalam menghadapi persaingan industri yang ketat di BEI.

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

- Total Liabilitas : Semua hutang perusahaan, baik hutang sekarang maupun hutang masa depan

- Total Ekuitas: Total modal pemegang saham, termasuk laba ditahan

2.2 Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Salah satu indikator yang menunjukkan kapasitas sumber daya dan skala operasi perusahaan adalah ukurannya. Menurut (Hery, 2017), Untuk mencerminkan distribusi data yang lebih konvensional, Dalam kebanyakan kasus, ukuran suatu perusahaan dapat ditentukan dengan mengambil logaritma natural dari semua asetnya. Menurut penelitian ini, kapasitas suatu bisnis untuk tetap bertahan dalam industri produk perawatan tubuh yang sangat kompetitif sebagian besar dipengaruhi oleh ukurannya.

$$Ukuran\ Perusahaan = \ln(Total\ Aset)$$

- Total Aset: Jumlah keseluruhan aset perusahaan yang tertera di neraca, termasuk aset lancar dan tidak lancar.

2.3 Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2018) dalam buku Analisis Laporan Keuangan, Profitabilitas mengacu pada kapasitas perusahaan untuk menghasilkan uang dari waktu ke waktu. Indikator yang baik dari manajemen sumber daya yang efisien adalah kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas sering diukur dengan ROA.

$$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset} \times 100\%$$

- Laba Bersih: Keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan setelah pajak, sebagaimana tercantum dalam laporan laba rugi.
- Total Aset: jumlah seluruh aset perusahaan, termasuk aset lancar dan jangka panjang, seperti yang ditunjukkan dalam laporan keuangan.

2.4 Nilai Perusahaan

Estimasi pasar terhadap nilai suatu perusahaan didasarkan pada bagaimana pasar melihat kinerja perusahaan di masa lalu dan masa mendatang. Menurut (Sartono, 2016), Ketika nilai buku suatu perusahaan tinggi relatif terhadap ekuitas pasarnya, rasio yang disebut Tobin's Q, artinya investor memiliki banyak keyakinan pada kapasitas perusahaan untuk menumbuhkan nilai pemegang saham. Dalam konteks perusahaan produk perawatan tubuh, nilai perusahaan menjadi faktor penting untuk menarik minat investor dan mempertahankan daya saing.

$$Nilai\ Perusahaan = \frac{Nilai\ Pasar\ Ekuitas + Total\ Liabilitas}{Total\ Aset}$$

- Nilai Pasar Ekuitas: Harga saham \times Jumlah saham yang beredar.
- Total Liabilitas: Jumlah kewajiban perusahaan seperti tercantum dalam neraca.
- Total Aset: Nilai seluruh aset perusahaan sesuai laporan neraca

HASIL DAN PEMBAHASAN

SEM berdasarkan PLS digunakan dalam penelitian ini, dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. evaluasi *inner model* mencakup nilai R² (kontribusi variabel eksogen terhadap endogen), uji signifikansi jalur menggunakan bootstrapping (p-value < 0.05), serta analisis mediasi untuk mengukur peran profitabilitas.

Interpretasi Model

Menurut (Ghozali, I., 2021), dalam pengujian hipotesis pada model PLS-SEM menggunakan SmartPLS, p-value merupakan salah satu ukuran yang sangat penting untuk menilai signifikansi statistik hubungan antar variabel laten. P-value diperoleh melalui metode bootstrapping, yang digunakan untuk menguji signifikansi koefisien jalur dalam model struktural. Tahapan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika p-value ≤ 0.05: Hipotesis nol (H₀) ditolak, dan ini menunjukkan bahwa jalur atau hubungan antara konstruk laten adalah signifikan secara statistik. Artinya, Variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen.
- Jika p-value > 0.05: Hipotesis nol (H₀) tidak ditolak, yang berarti tidak ada bukti statistik yang cukup untuk menyatakan bahwa ada hubungan signifikan antara konstruk laten dalam model atau dengan kata lain tidak berpengaruh.

Tabel 1. Path Coefficients

| | Original Sample (O) | P value |
|---|---------------------|---------|
| Leverage (X ₁) → Profitabilitas (Z) | 0.368 | 0.031 |
| Ukuran Perusahaan (X ₂) → Profitabilitas (Z) | 0.330 | 0.007 |
| Leverage (X ₁) → Nilai Perusahaan (Y) | 0.498 | 0.000 |
| Ukuran Perusahaan (X ₂) → Nilai Perusahaan (Y) | -0.010 | 0.882 |
| Profitabilitas (Z) → Nilai Perusahaan (Y) | 0.535 | 0.000 |
| Leverage (X ₁) → Nilai Perusahaan (Y) melalui Profitabilitas (Z) | 0.197 | 0.191 |
| Ukuran Perusahaan (X ₂) → Nilai Perusahaan (Y) melalui Profitabilitas (Z) | 0.176 | 0.177 |

Sumber : Output SmartPls 4.0, Data diolah (2024)

Tabel 2. Indirect Effect

| | Original Sample (O) | P value |
|---|---------------------|---------|
| Leverage (X ₁) → Nilai Perusahaan (Y) melalui Profitabilitas (Z) | 0.197 | 0.046 |
| Ukuran Perusahaan (X ₂) → Nilai Perusahaan (Y) melalui Profitabilitas (Z) | 0.176 | 0.015 |

Sumber : Output SmartPLS 4.0, Data diolah (2024)

Setelah melalui proses pengujian, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. "Variabel leverage (X₁) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap profitabilitas; koefisien beta sebesar 0,368 dan nilai signifikansi nilai P sebesar 0,031, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian Christian (2022), yang menemukan bahwa leverage secara umum bermanfaat bagi bisnis, tetapi utang dalam jumlah besar memiliki dampak sebaliknya dan dapat mengurangi laba".
- b. "Koefisien beta sebesar 0,330 dan nilai signifikansi variabel ukuran bisnis (X₂) sebesar 0,007, yang lebih kecil dari 0,05; oleh karena itu, terdapat pengaruh positif yang substansial dari variabel ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Hal ini sejalan dengan temuan Octaviany et al. (2019), yang menemukan bahwa organisasi yang lebih besar cenderung lebih stabil dan menguntungkan karena sumber data dan aktivitas operasionalnya yang lebih besar".
- c. "variabel leverage, memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan; Koefisien beta adalah 0,498, dan nilai p adalah 0,000, keduanya kurang dari 0,05. Tingkat utang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan menyediakan modal yang diperlukan untuk mempertahankan profitabilitas yang lebih tinggi, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Christian (2022)".
- d. "Koefisien beta adalah -0,010, dan nilai signifikansi variabel Ukuran Perusahaan (X₂) adalah 0,882, yang lebih besar dari 0,05; oleh karena itu, pengaruh variabel Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan bersifat negatif tetapi tidak signifikan secara statistik".
- e. "Dengan koefisien beta 0,535 dan nilai signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05), variabel profitabilitas (Z) memiliki dampak positif dan signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi, menurut penelitian oleh (Octaviany et al., 2019), memberikan keyakinan kepada investor bahwa perusahaan dapat mengumpulkan cukup uang untuk meningkatkan kinerjanya, yang meningkatkan nilainya".
- f. "Variabel profitabilitas dapat memediasi hubungan antara leverage dengan nilai perusahaan (X₁), karena nilai signifikansi variabel leverage (X₁) sebesar 0,046, lebih tinggi dari ambang batas 0,05. Leverage yang tinggi menurunkan profitabilitas, menurut penelitian (Aditya et al., 2021), karena organisasi lebih mengutamakan pelunasan utang daripada meningkatkan output, sehingga mengakibatkan penurunan nilai perusahaan".

- g. “Nilai signifikansi variabel Ukuran Perusahaan (X2) sebesar 0,015, lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dapat memediasi hubungan antara Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Temuan penelitian ini menguatkan temuan Octaviany et al. (2019), yang menemukan bahwa nilai perusahaan berbanding lurus dengan margin keuntungannya”.

SIMPULAN

1. Dalam subsektor perawatan tubuh, leverage dapat menjadi sumber daya strategis untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan daya saing pasar. Ini mendukung temuan penelitian bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, selama perusahaan dapat mengelola utangnya secara efektif dan memanfaatkannya untuk kegiatan yang menghasilkan pendapatan tinggi.
2. Perusahaan besar memiliki banyak keuntungan kompetitif, seperti efisiensi biaya, akses ke sumber daya, dan kekuatan branding. Dalam industri perawatan tubuh, perusahaan besar mampu memanfaatkan keuntungan ini untuk meningkatkan kinerja operasional dan keuntungan mereka. Ini menunjukkan korelasi positif yang signifikan antara ukuran perusahaan dan profitabilitasnya.
3. *Leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada sub-sektor perawatan tubuh karena perusahaan memanfaatkan modal eksternal untuk pertumbuhan strategis, penguatan daya saing, dan efisiensi operasional. Kombinasi dari inovasi produk, loyalitas konsumen, dan kepercayaan investor membuat *leverage* menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan, selama penggunaannya dikelola secara optimal.
4. Tidak selalu perusahaan yang besar di subsektor perawatan tubuh akan menghasilkan lebih banyak uang. Karena ukurannya, suatu bisnis dapat berdampak negatif atau tidak signifikan terhadap nilainya jika tidak efisien, tidak responsif terhadap perubahan pasar, dan investasi yang tidak strategis. Ini menunjukkan bahwa investor lebih memperhatikan kinerja operasional dan prospek masa depan daripada ukuran perusahaan.
5. Profitabilitas yang tinggi merupakan indikator utama keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Dalam sub-sektor perawatan tubuh, kemampuan menghasilkan laba yang konsisten dan signifikan memberikan sinyal positif kepada investor tentang stabilitas keuangan, prospek pertumbuhan, dan daya saing perusahaan. Hal ini secara langsung meningkatkan nilai perusahaan di mata pasar modal.
6. *Leverage* pada perusahaan sub-sektor perawatan tubuh tidak secara langsung meningkatkan nilai perusahaan karena dampaknya bergantung pada efektivitas penggunaannya dalam meningkatkan profitabilitas. Profitabilitas menjadi variabel mediasi yang krusial, menunjukkan bagaimana perusahaan memanfaatkan leverage untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan, yang kemudian meningkatkan kepercayaan investor serta nilai perusahaan.
7. Profitabilitas memainkan peran mediasi yang penting dalam hubungan antara ukuran dan nilai perusahaan pada subsektor perawatan tubuh. Meskipun ukuran perusahaan mencerminkan potensi ekonomi, nilai perusahaan baru akan meningkat jika potensi tersebut diterjemahkan ke dalam kinerja profitabilitas yang baik. Investor lebih menilai efisiensi dan kemampuan menghasilkan laba daripada

ukuran perusahaan semata, sehingga profitabilitas menjadi penghubung yang signifikan dalam hubungan ini.

Referensi:

- Aditya, I., Hasanah, N., Mardi, & Armeliza, D. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 16(2), 124-152. <https://doi.org/10.21009/wahana.16.021>
- Ardiana, E., & Chabachib, M. (2018). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Consumer Goods yang terdaftar di BEI pada Tahun 2012-2016). *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7 No. 2, 161-174.
- Christian, P. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. 19.
- Ghozali, I. (2021). *Structural Equation Modeling (SEM) dengan SmartPLS*. Universitas Diponegoro.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi: Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Istamarwati, & Djoko Suseno, Y. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *JAMASADA: Journal Of Human Resource Management*, Vol. 11 No. 1, 148-162.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan (Edisi Revisi)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Octaviany, A., Hidayat, S., & Miftah, M. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 1, 30-36.
- Sartono. (2016). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi (4th ed.)*. BPFE - Yogyakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach (7th ed.)*. Wiley.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87 No. 3, 355-374.