

# KORELASI

Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi

Volume 2, 2021 | hlm. 1338-1351

## DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI *ELECTRONIC GAMING* DAN MULTIMEDIA

Rayhan Adha<sup>1\*</sup>, Tri Siswantini<sup>2</sup>, Alfida Aziz<sup>3</sup>  
rayhanadha@upnvj.ac.id, trisiswantini@upnvj.ac.id, alfidaaziz@upnvj.ac.id

\* Penulis Korespondensi

### Abstrak

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk menganalisis determinan nilai perusahaan yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* pada perusahaan Industri *Electronic Gaming* dan Multimedia. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan Industri *Electronic Gaming* dan Multimedia yang diklasifikasi oleh ychart.com dan terdaftar di NASDAQ. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data Regresi Data Panel dengan tingkat signifikansi 5%. Setelah dianalisis, menghasilkan penelitian yaitu bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Tetapi *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan.

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

### Abstract

*The aim of this research is to analyze determinant of firm value, which is profitability, firm size and leverage on Electronic Gaming and Multimedia Industry. The sample of this study are 12 companies of Electronic Gaming and Multimedia Industry classified by ychart.com and listed on NASDAQ. The sampling method used is purposive sampling. This type of research is a quantitative study using Data Panel Regression as analytical techniques with 5% level of significance. The result of this research showed that profitability and firm size have no effect on firm value. While leverage has a significant effect on firm value.*

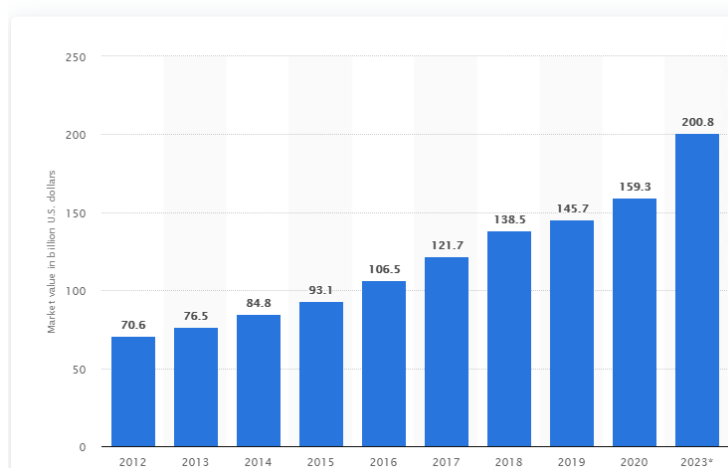
**Keyword:** Firm Value; Profitability; Firm Size; Leverage.

## PENDAHULUAN

Industri *game* saat ini sedang berkembang dengan meningkat setiap tahunnya, dimana target segmen industri ini mulai mengarah menjadi segmen yang umum atau mulai menarik masyarakat umum. Stigma-stigma mengenai produk tersebutpun mulai berkurang seiring dengan berkontribusinya industri tersebut terhadap perekonomian.

Gambar 1. *Market Value* industri video *game* seluruh dunia dari tahun 2012 sampai tahun 2023

Video game market value worldwide from 2012 to 2023  
(in billion U.S. dollars)



Sumber: statista.com (2020)

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa industri *game* secara internasional mengalami perkembangan disetiap tahunnya, bahkan diprediksi akan terus berkembang sampai dengan tahun 2023 (Statistia.com, 2020). Peningkatan *market value* ini mengindikasikan bahwa investor tertarik dengan keberadaan industri ini. *Market value* atau nilai perusahaan merupakan sebuah konsep yang dipertimbangkan investor dalam keputusan investasi. Menurut Hung et al. (2018) fenomena peningkatan nilai perusahaan atau *market value* sama saja, karena *market value* ini dicerminkan dari harga saham yang dilihat dari aset-aset yang perusahaan miliki.

Untuk meneliti perilaku keputusan investor pada industri ini, peneliti menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Profitabilitas dalam pertimbangan keputusan investasi dalam perusahaan di industri *electronic gaming* dan multimedia merupakan hal yang penting. Cha (2017) mengatakan bahwa kemajuan industri *game* bergerak bersamaan dengan kemajuan teknologi sehingga terdapat peningkatan biaya pada pembuatan video *game*. Terdapat berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa profitabilitas dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Al-Nsour & Al-Muhtadi (2019) perusahaan yang memiliki kinerja/profitabilitas yang baik dapat menjadi sinyal yang baik bagi investor kemudian mendorong nilai perusahaan meningkat. Selain itu Investor menyukai atau tertarik pada perusahaan dengan profitabilitas yang besarnya tinggi. Karena kinerja keuangan perusahaan yang baik dapat memberikan pengaruh terhadap *return* dari saham atau nilai perusahaan (Jubaedah et al., 2016). Tetapi Astuti et al. (2018) serta Siddik & Chabachib (2017) mengatakan bahwa profitabilitas tidak dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor tidak mempertimbangkan profitabilitas sebagai indikator, karena penilaian penggunaan aset perusahaan untuk mendapatkan profit kurang efektif bagi investor.

Pembuatan video *game* sangat bergantung pada sumber daya manusia/*human capital* perusahaan (Cha, 2017). Sumber daya manusia (SDM) sebagai aset perusahaan harus dipertimbangkan sebagai nilai pasar suatu organisasi/perusahaan (Sollosy et al., 2016). Selain itu pembuatan video *game* pada perusahaan dilakukan oleh berbagai divisi, seperti penulis skenario, multimedia, programmer dan lain-lain. Dengan kebutuhan berbagai ketrampilan tersebut, membutuhkan berbagai peralatan yang tentunya tidak sedikit sehingga aset perusahaan yang mendukung untuk memproduksi diperlukan. Dilain hal perusahaan multimedia juga berkontribusi pada industri ini dengan produknya yang berupa *software* video, audio dan lain-lain. Hal ini yang melatarbelakangi bahwa ukuran perusahaan itu penting pada industri *electronic gaming* dan multimedia. (Chabachib et al., 2020) mengatakan bahwa peningkatan aset yang dimiliki perusahaan, dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena besarnya perusahaan dinilai stabil dan memiliki kinerja yang baik. Selain itu perusahaan yang melakukan *joint venture* atau ekspansi agar dapat meningkatkan aset dinilai sebagai hal yang baik, *joint venture* atau ekspansi perusahaan dapat memberikan keuntungan dari ketrampilan manajemen, aset teknologi dan *partner market* dalam rangka menguasai pasar untuk meningkatkan nilai perusahaan (Dang et al., 2019). Tetapi Setiadharna & Machali (2017) dan Pratiwi (2020) mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena perusahaan dengan aset yang besar tidak menjamin bahwa manajemen mampu mengelolanya dengan baik (Pratiwi, 2020).

Kesehatan dan risiko perusahaan dapat diukur dengan *leverage* yang digunakan perusahaan. Perusahaan yang struktur modalnya terlalu banyak dibiayai oleh hutang dinilai cukup berisiko bila hutang tersebut tidak dapat dibayar oleh perusahaan. Tetapi penggunaan *leverage* yang optimal dapat memberikan sinyal yang baik bagi investor karena manajemen perusahaan dinilai mampu mengelola aset perusahaan dengan baik (Yanti & Abundanti, 2019). Sehingga menurut Budiharjo (2020), Mandey et al., (2017) Yanti & Abundanti (2019) serta Hirdinis (2019) *leverage* dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tetapi hal tersebut berlawanan dengan hasil penelitian Al-slehat (2020), Fauzi & Nurmatias (2015) serta Rachmawati & Pinem (2015). Karena meningkatnya hutang memungkinkan untuk menurunkan profit yang akan dimiliki perusahaan, hal ini dinilai akan turunnnya minat investor dalam melakukan keputusan investasi yang nantinya akan menurunkan nilai perusahaan (Rachmawati & Pinem, 2015).

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* sebagai determinan *market value* atau nilai perusahaan pada industri *electronic gaming* dan multimedia, yang membuat perkembangan industri tersebut meningkat secara berkelanjutan. Karena peningkatan *market value* didasarkan oleh keputusan investasi yang dilakukan oleh investor.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Signaling Theory*

Teori sinyal adalah gagasan bahwa satu pihak yang berkedibel menyampaikan tentang dirinya kepada pihak lain. Penjelasan ini didukung oleh Bringham dan Houston pada jurnal Novalia & Nindito (2016) yang menjelaskan *signaling theory* adalah tindakan yang diambil manajemen perusahaan dalam memberikan suatu sinyal atau petunjuk tentang prospek perusahaan kepada investor. Penyampaian sinyal ini juga dilakukan untuk dapat mengurangi masalah asimetri informasi (Dang et al., 2019). Dengan dipublikasikannya laporan keuangan, seorang investor dapat mengerti prospek perusahaan dengan informasi akuntansi yang ada (Khairudin & Wandita, 2017). Sehingga investor memiliki minat untuk menanamkan dananya pada perusahaan. Tetapi perbedaan kepentingan antara pemegang

saham dan manajemen perusahaan terkadang terjadi, hal ini disebut sebagai masalah keagenan (Rachmawati & Pinem, 2015). Manajemen perusahaan cenderung mengutamakan kepentingan pribadi yang dapat menurunkan profit perusahaan yang disebabkan adanya biaya, karena mereka tidak memiliki saham perusahaan. Penurunan profit memungkinkan adanya penurunan penerimaan dividen yang diterima investor.

### ***Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan***

Untuk mengidentifikasi hal apa yang mempengaruhi nilai perusahaan, banyak peneliti telah melakukannya terkait hal tersebut. Menurut Ha & Minh (2020) berikut adalah hal-hal yang mempengaruhi nilai perusahaan:

1. Ukuran Perusahaan

Investor cenderung mengartikan perusahaan besar dapat memberikan sinyal yang baik bagi investasinya, karena perusahaan besar dapat memudahkan untuk mendapatkan pendanaan dari internal maupun eksternal. Sinyal ini menjadi sinyal positif sehingga nilai suatu perusahaan meningkat.

2. Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kehandalan perusahaan dalam menghasilkan laba yang akan dimiliki. Harga saham akan naik saat profitabilitas tinggi dan jika semakin tingginya harga sahamnya, nilai perusahaan dapat meningkat.

3. Likuiditas

Likuiditas dapat diinterpretasikan sebagai kekuatan finansial perusahaan dalam membayar hutang/kewajibannya. Dengan pengukuran *current ratio*, semakin tinggi nilainya maka kekuatan finansial perusahaan dalam membayar kewajibannya tinggi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

4. Struktur Modal

*Trade-off Theory* menunjukkan bahwa pengimplementasian hutang pada tingkat optimal dapat meningkatkan performansi perusahaan sehingga nilai perusahaan meningkat. Namun berdasarkan teori *pecking order*, perusahaan dengan besaran tingkat profitabilitas yang baik tidak didasarkan dengan hutang yang tinggi. Melainkan pendanaan internal yang cukup besar, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

5. *Earning per Share*

Dalam mengevaluasi operasional perusahaan, informasi *earning per share* perusahaan cukup sering digunakan dengan membandingkannya dengan *earning per share* pada periode sebelumnya. Karena itu perusahaan yang memiliki *earning per share* yang baik dapat meningkatkan harga sahamnya.

### ***Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan***

Investor menyukai atau tertarik pada perusahaan dengan profitabilitas yang baik. Karena kinerja keuangan yang baik dapat memberikan pengaruh terhadap return dari saham atau nilai perusahaan (Jubaedah et al., 2016). Perlu diketahui saham perusahaan yang harganya diperdagangkan tinggi cenderung memiliki tingkat profitabilitas yang dapat menyakinkan investor atau dapat dibilang baik (Dang et al., 2019). Dari pernyataan tersebut, dapat diartikan saham perusahaan yang digemari oleh para investor maka permintaan akan sahamnya naik. Perusahaan dengan profit yang baik dapat menarik perhatian investor karena perusahaan dinilai memiliki prospek yang baik (Al-Nsour dan Al-Muhtadi, 2019).

Tingginya harga saham dapat mencerminkan nilai perusahaan yang baik, sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung dengan penelitian Dang et al. (2019), Hung et al. (2018), Sucuahi & Cambarihan (2016) Al-Nsour dan Al-Muhtadi (2019) serta Fauzi & Nurmatias (2015). Sementara penelitian yang dilakukan oleh Astuti et al. (2018) serta Siddik & Chabachib

(2017) menghasilkan penelitian yang berlawanan yaitu profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan alasan bahwa saham tetap mengalami perputaran dengan tinggi, walaupun ROA menurun (Astuti et al., 2018). Hal yang sama juga terjadi pada penelitian Siddik & Chabachib (2017), dengan alasan bahwa investor cenderung tidak melihat kemampuan perusahaan dalam mengolah keuntungannya dalam tolak ukur pengambilan keputusan investasi. Hal ini disebabkan karena investor cenderung melihat berbagai sisi keuangan lainnya sebagai pertimbangan.

$H_1$  : Profitabilitas dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Industri *Electronic gaming* dan Multimedia

### ***Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan***

Perusahaan besar memiliki berbagai keunggulan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaannya. Al-slehat (2020) berpendapat bahwa perusahaan besar lebih dapat memberikan peningkatan kepercayaan diri untuk investor terhadap nilai perusahaan. Chabachib et al. (2020) juga mengatakan bahwa perusahaan besar dapat memiliki kinerja operasional yang baik dan mapan.

Berbagai studi ini telah dilakukan untuk membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan Penelitian atau studi yang dilakukan oleh Chabachib et al. (2020), Dang et al. (2019), Al-slehat (2020) serta Hung et al. (2018) menghasilkan penelitian bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini berbalik dengan hasil penelitian Setiadharna & Machali (2017), Pratiwi (2020), Astuti et al. (2018). Setiadharna & Machali (2017) mengatakan bahwa besarnya aset tidak menjamin mempengaruhi impresi investor terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Pratiwi (2020) besarnya perusahaan tidak mengartikan perusahaan tersebut dapat memajemen asetnya secara efektif dan efisien, sehingga investor tidak menggunakan ukuran perusahaan sebagai tolak ukur dalam menilai perusahaan.

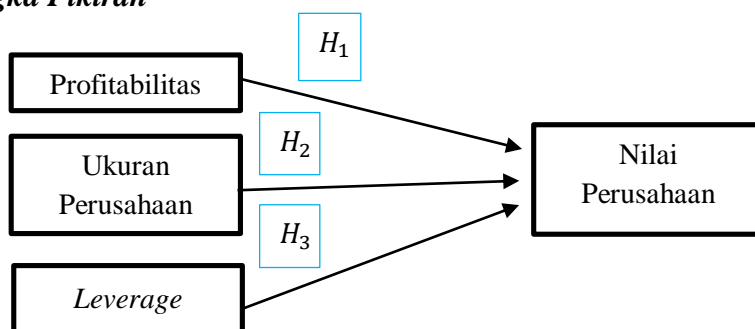
$H_2$  : Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Industri *Electronic gaming* dan Multimedia

### ***Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan***

*Leverage* dapat di intepretasikan sebagai rasio yang menggambarkan penggunaan hutang yang digunakan oleh suatu perusahaan (Budiharjo, 2020). Penggunaan hutang pada pendanaan operasional perusahaan dapat memberikan pandangan positif, karena perusahaan diyakini memiliki prospek yang baik karena penggunaan hutang tersebut dilakukan untuk tujuan yang produktif (Yanti & Abundanti, 2019). Yaitu menghasilkan laba yang lebih baik, kemudian hal tersebut akan dilihat oleh investor sebagai sinyal yang baik sehingga *demand* saham meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian Budiharjo (2020), Yanti & Abundanti (2019) serta Mandey et al. (2017) yang mengatakan bahwa meningkatnya *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan.

$H_3$  : *Leverage* dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Industri *Electronic gaming* dan Multimedia

### ***Model Kerangka Pikiran***



## METODOLOGI PENELITIAN

### *Populasi dan Sampel*

Populasi pada studi ini menggunakan perusahaan industri *electronic gaming* dan multimedia yang diklasifikasikan oleh ychart.com sebagai *investment research platform* (platform penelitian investasi). *Purposive sampling* digunakan sehingga sampel yang digunakan adalah 12 dari 20 perusahaan industri *electronic gaming* dan multimedia yang terdaftar di NASDAQ pada tahun 2017-2019 secara berturut-turut.

### *Teknik Pengumpulan Data*

Studi ini menggunakan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Teknik ini berkaitan dengan melakukan analisis terhadap jurnal, buku, dan beberapa dokumen yang dikumpulkan oleh peneliti guna memperoleh data sekunder dan dasar teoritis yang digunakan dalam pemecahan masalah penelitian.

2. Penelitian Online (*Online Research*)

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan data sekunder dan berbagai informasi dengan mengakses website setiap perusahaan dan website pasar modal (NASDAQ) dengan memanfaatkan jaringan internet. Contohnya <https://www.activisionblizzard.com/> dan <https://www.nasdaq.com/>.

### *Teknik Analisis Data*

Data yang diolah adalah *unbalanced data panel* dan dianalisis dengan regresi data panel menggunakan E-Views Versi 9.

### *Pengukuran Variabel*

Studi ini menggunakan variabel-variabel sebagai berikut:

1. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan dapat menerjemahkan dan membahas tentang ketertarikan pandang investor terhadap perusahaan. Dalam mengukur variabel ini, peneliti menggunakan rasio penilaian yaitu *Price to Book Ratio* (PBV) dengan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

Menurut Syaifulhaq et al. (2020 hlm.17), dengan menggunakan PBV, memiliki berbagai keunggulan yaitu dapat dibandingkan dengan harga saham. PBV dapat dibandingkan dengan jenis perusahaan yang sama dalam penilaiannya dan perusahaan yang memiliki pendapatan negatif yang sukar diukur dengan PER mampu diukur dengan PBV.

2. Profitabilitas (X1)

Return on Assets (ROA) dapat digunakan karena metode tersebut dapat mengukur profitabilitas dengan baik tanpa mempertimbangkan jenis pembiayaan apa yang digunakan perusahaan. Karena ROA hanya mengukur kinerja perusahaan dalam menggunakan aset, dimana aset memiliki persamaan  $\text{aset} = \text{ekuitas} + \text{liabilitas}$  (aset merupakan pertambahan dari total ekuitas dan liabilitas). Untuk itu, rumus dalam mengukur profitabilitas menggunakan ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3. Ukuran Perusahaan (X2)

Dalam mengukur dan membandingkannya ukuran perusahaan yang ada, peneliti dapat menggunakan logaritma dari total aset. Karena dalam ukuran perusahaan perbedaan ukuran tetap mutlak dengan besaran aset perusahaan yang dimiliki. Berikut adalah rumus mengukur ukuran perusahaan:

$$\text{Ukuran perusahaan}/\text{SIZE} = \text{Ln}(\text{Total Aset})$$

4. *Leverage* (X3)

Dalam menghitung *leverage* perusahaan, rumus *Debt to Equity Ratio* dapat digunakan. Karena rasio tersebut dapat membanding aset lancar dengan kewajiban lancar. Berikut adalah rumus *Debt to Equity Ratio*:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total liabilitas}}{\text{Total ekuitas}}$$

### **Pemilihan Model Regresi**

Data dianalisis menggunakan *software* E-Views, karena data diolah dengan regresi data panel. Perlu dilakukan uji model data panel menggunakan uji berikut:

1. Uji Chow/*Redundant Fixed Effect*

Ghozali & Ratmono (2017) mengatakan bahwa uji ini dilakukan untuk membandingkan model *Pooled Least Square* (PLS) dengan *Fixed Effect Model* (FEM). Jika nilai besaran Probabilitas  $F < 0,05$  maka FEM dipilih sebagai model, tetapi jika  $F > 0,05$  maka PLS dipilih sebagai model regresi.

2. Uji Hausman

Ghozali & Ratmono (2017) mengatakan bahwa uji ini dilakukan untuk membandingkan model *Fixed Effect Model* (FEM) dengan *Random Effect Model* (REM). Jika nilai besaran Probabilitas *Chi-square*  $< 0,05$  maka FEM dipilih sebagai model, tetapi jika Probabilitas *Chi-square*  $> 0,05$  maka REM dipilih sebagai model regresi

3. Uji *Lagrange Multiplier*.

Basuki dan Prawoto (2017) mengatakan bahwa uji ini dilakukan untuk membandingkan model *Random Effect Model* (REM) dengan *Pooled Least Square* (PLS). Dalam jurnal Agnatie & Amalia (2018) Jika nilai besaran Probabilitas *Breusch Pagan*  $< 0,05$  maka REM dipilih sebagai model, tetapi jika nilai besaran Probabilitas *Breusch Pagan*  $> 0,05$  maka PLS dipilih sebagai model regresi.

### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan untuk memeriksa *error* pada regresi apakah dapat berdistribusi normal atau tidak, jika nilai besaran probabilitas jarque Bera lebih dari 0,05 maka *error* pada regresi berdistribusi normal (Karnadi, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Dari hasil olahan E-Views Versi 9, penelitian ini menghasilkan statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	PBV	ROA	SIZE	DER
Mean	2.343107	-0.108998	19.89767	-0.395207
Maximum	8.083634	0.226482	23.71122	3.174065
Minimum	-10.17997	-1.371763	16.26477	-17.63032
Std. Dev.	3.676015	0.325822	2.212843	3.563595
Observations	34	34	34	34

Sumber: Output Eviews 9 diolah (2021)

Dati tabel 1 dapat diketahui bahwa total observasi berjumlah 34 dikarenakan data yang digunakan adalah *unbalanced data panel*. Untuk mengetahui dan menginterpretasi seberapa besar rasio-rasio yang ada pada nilai perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage. Berikut adalah intepretasinya:

#### 1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang diukur dengan PBV pada penelitian ini memiliki rata-rata sebesar 2.343107. Perusahaan yang memiliki PBV tertinggi memiliki nilai sebesar 8,083634. Hal tersebut disebabkan karena harga saham yang tinggi dan *book value* yang baik. Lalu PBV terendah memiliki nilai sebesar negatif 10,17997. PBV negatif disebabkan oleh nilai buku yang negatif, karena perusahaan memiliki ekuitas dengan nilai negatif. Kemudian standar deviasi pada PBV adalah sebesar 3.676015, angka tersebut memiliki nilai diatas dari nilai rata-rata. Hal ini menyimpulkan bahwa terjadinya kesenjangan yang besar antara perusahaan yang memiliki nilai perusahaan terkecil dan tertinggi.

#### 2. Profitabilitas

Profitabilitas yang diukur dengan ROA memiliki nilai rata-rata yaitu sebesar negatif 0.108998. ROA tertinggi memiliki nilai sebesar 0.226482 atau 22.64%. Hal ini dikarenakan komposisi laba dengan total aset yang baik, hal ini memperlihatkan bahwa perusahaan telah berhasil mengelolah asetnya dalam menggapai profitabilitas yang baik. ROA terendah memiliki nilai sebesar negatif 1.371763 atau -137%, hal ini disebabkan karena perusahaan yang mengalami kerugian atau laba bersihnya bernilai negatif melebihi total aset yang dimilikinya. Kemudian profitabilitas pada penelitian ini memiliki standar deviasi sebesar 0.325822. Angka tersebut memiliki nilai diatas dari nilai rata-rata dan dapat disimpulkan terjadinya kesenjangan yang besar antara pada perusahaan yang profitnya tinggi dan terendah.

#### 3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aset dalam penelitian ini, memiliki nilai rata-rata yaitu sebesar 19.89767. Total aset tertinggi memiliki nilai 23,71122. Sedangkan total aset terendah memiliki nilai sebesar 16,26477. Kemudian standar deviasi pada variabel ini adalah sebesar 2.212843. Angka tersebut memiliki nilai dibawah dari nilai rata-rata. Hal ini menyimpulkan bahwa data ukuran perusahaan yang diukur oleh logaritma natural dari total aset tidak terjadi kesenjangan yang tinggi pada data.



4. *Leverage*

Jika kita melihat statistik deskriptif dari variabel *leverage* yang diproksikan *Debt to Equity Ratio (DER)*. Memiliki nilai rata-rata yaitu sebesar -0.395207. DER tertinggi memiliki nilai sebesar 3.174065. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa total liabilitas yang sangat besar dibandingkan dengan total ekuitasnya. Kemudian DER terendah memiliki nilai sebesar -17.63032. Nilai tersebut disebabkan karena total ekuitas yang negatif pada total liabilitas yang tinggi. Standar deviasi pada variabel ini sebesar 3.563595.

**Uji Pemilihan Model Regresi**

Model regresi diuji dengan uji Chow atau *redundant fixed effect*, Uji Hausman, dan Uji *Lagrange Multiplier*. Berikut adalah hasilnya:

Tabel 2. Hasil Uji Chow, Hausman dan *Lagrange Multiplier*

Uji Chow	0.0005	<i>Fixed Effect Model</i>
Uji Hausman	0.1409	<i>Random Effect Model</i>
Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	0.0019	<i>Random Effect Model</i>

Sumber: Output Eviews 9 diolah (2021)

Dari hasil tabel 2 diatas, dapat disimpulkan bahwa *Random Effect Model* digunakan sebagai model regresi. Berikut adalah hasil regresinya:

Tabel 3. *Random Effect Model*

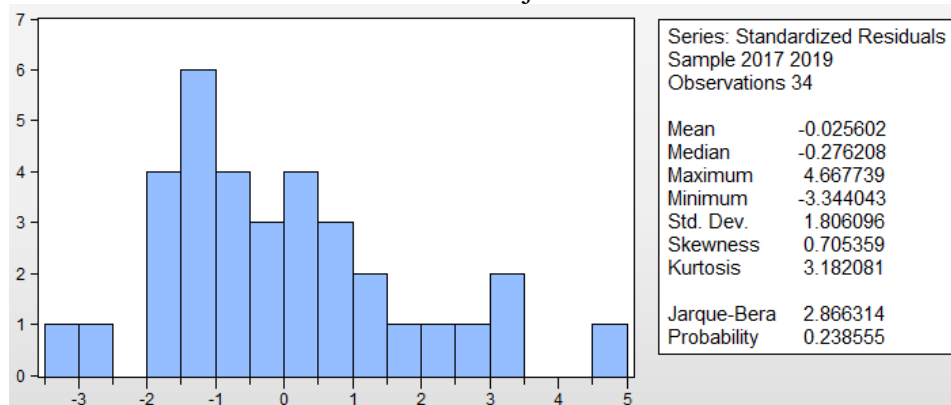
<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	-6.188864	5.373450	-1.151749	0.2585
ROA	0.256815	1.280269	0.200594	0.8424
SIZE	0.446110	0.265688	1.679073	0.1035
DER	0.736274	0.103050	7.144859	0.0000

Sumber: Output Eviews 9 diolah (2021)

**Uji Normalitas**

Pada penelitian ini dilakukan uji normalitas untuk menguji *error* pada regresi ini berdistribusi normal, berikut adalah hasilnya:

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber : Output Eviews 9 (2021)

Dari hasil *output* olahan *EViews*, terlihat bahwa probabilitas bernilai lebih dari nilai level signifikansi (0,05) yaitu memiliki probabilitas sebesar 0,238555. Dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa *error* pada regresi ini berdistribusi normal.

### Uji Statistik t

Pada uji statistic t, jika probabilitas memiliki nilai besaran tingkat signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi atau alfa sebesar 0,05. Maka hipotesis dapat diterima. Berikut adalah hasil uji statistik t menggunakan *EViews*:

Tabel 4. Hasil Uji Statistik t

Variabel	t-Statistic	Probabilitas
ROA	0.200594	0.8424
SIZE	1.679073	0.1035
DER	7.144859	0.0000

Sumber: Output *Eviews* 9 diolah (2021)

Dari tabel 4, ROA memiliki nilai besaran probabilitas diatas taraf signifikansi (0,05), yaitu 0.8424. Dari analisis tersebut dapat diyakinkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kemudian SIZE memiliki nilai besaran probabilitas diatas taraf signifikansi (0,05), yaitu 0.1035. Dari analisis tersebut dapat diyakinkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Terkakhir DER memiliki nilai besaran probabilitas dibawah taraf signifikansi (0,05), yaitu 0.0000. Dari analisis tersebut dapat diyakinkan bahwa *leverage* sebagai variabel bebas, dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Uji Koefisien Determinasi

Jika hasil uji koefisien determinasi atau  $R^2$  mencapai 100% atau 1, maka ketepatan model regresi semakin baik dan dapat menerangkan variabel terikat dengan baik. Berikut adalah hasilnya:

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

<i>R-squared</i>	<i>Adjusted R-squared</i>
0.652617	0.617879

Sumber: Output *Eviews* 9 diolah (2021)

Setelah diujinya koefisien determinasi pada tabel 16, nilai koefisien determinasi yang dicerminkan oleh *Adjusted R-squared* yang memiliki nilai sebesar 0.617879 atau 61,78%. Dari hal tersebut dikatakan bahwa model regresi ini, dimana profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* sebagai variabel bebas dapat menjelaskan 61,78% nilai perusahaan sebagai variabel terikat. Sedangkan sisanya yaitu 38,22% dapat dipengaruhi/dijelaskan oleh faktor lain diluar model regresi pada penelitian ini.

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang diproksikan sebagai *Return on Assets* (ROA) memiliki besaran nilai probabilitas sebesar 0.8424. Hal ini mengartikan jika pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05, maka profitabilitas tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Hasil ini berlawanan dengan penelitian Dang et al. (2019), Hung et al. (2018), Sucuahi &

Cambarihan (2016), Al-Nsour dan Al-Muhtadi (2019) serta Fauzi & Nurmatias (2015). Tetapi hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Astuti et al. (2018) serta Siddik & Chabachib (2017). Astuti et al. (2018) mengatakan bahwa penilaian penggunaan aset dalam mendapatkan profitabilitas yang optimal, dinilai kurang efektif bagi investor. Sehingga investor kurang memperhatikan profitabilitas sebagai indikator dalam melakukan investasi. Hal hampir sama juga dikatakan oleh Siddik & Chabachib (2017), mereka mengatakan bahwa investor cenderung tidak melihat profitabilitas perusahaan dalam melakukan investasi. Melainkan berbagai indikator keuangan lainnya, sehingga *signaling theory* tidak dapat berjalan dengan semestinya pada variabel profitabilitas. Jika menurut jurnal Ha & Minh (2020) indikator variabel keuangan lain yang mungkin dipertimbangkan oleh investor, yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah likuiditas dan *earning per share*.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan yang diproksikan sebagai logaritma natural dari aset memiliki besaran nilai probabilitas sebesar 0.1035. Hal ini mengartikan jika pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05, maka ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Hasil penelitian tidak ini sesuai dengan penelitian Chabachib et al. (2020), Dang et al. (2019), Al-slehat (2020) serta Hung et al. (2018). Tetapi hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Setiadharna & Machali (2017), Pratiwi (2020) serta Astuti et al. (2018). Setiadharna & Machali (2017) mengatakan bahwa besarnya aset tidak menjamin mempengaruhi impresi investor terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Pratiwi (2020) besarnya perusahaan tidak mengartikan perusahaan tersebut dapat memajemen asetnya secara efektif dan efisien, sehingga investor tidak menggunakan ukuran perusahaan sebagai tolak ukur dalam menilai perusahaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua mengenai ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

*Leverage* yang diproksikan sebagai *debt to equity ratio* memiliki besaran nilai probabilitas sebesar 0.0000 dengan nilai koefisien yang positif yaitu sebesar 0.736274. Hal ini mengartikan jika pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05, maka *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Hal ini mengartikan bahwa pendanaan menggunakan hutang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian Al-slehat (2020), Fauzi & Nurmatias (2015) serta Rachmawati & Pinem (2015) yang mengatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan. Tetapi hasil penelitian ini sesuai dengan Budiharjo (2020), Mandey et al., (2017), Yanti & Abundanti (2019) serta Hirdinis (2019) yang mengatakan bahwa *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Yanti & Abundanti (2019) mengatakan bahwa peningkatan hutang dapat menjadi sinyal yang baik bagi investor, karena perusahaan diyakini memiliki prospek yang baik karena penggunaan hutang tersebut merefleksikan kemampuan manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu Hirdinis (2019) mengatakan bahwa penggunaan hutang dapat memberikan keuntungan dalam sisi pajak. Karena itu perusahaan menggunakan hutang dalam struktur modalnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga mengenai *leverage* dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

## SIMPULAN

Dari hasil studi atau penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak karena profitabilitas tidak dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai

perusahaan industri *electronic gaming* dan multimedia, kemudian hipotesis kedua ditolak karena ukuran perusahaan tidak dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan industri *electronic gaming* dan multimedia. Tetapi hipotesis ketiga dapat diterima karena *leverage* dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan industri *electronic gaming* dan multimedia. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat memberikan pengaruh signifikan seperti likuiditas atau *earning per share*.

Saran yang dapat diberikan untuk perusahaan adalah, walaupun profitabilitas tidak memberikan pengaruh signifikan sebagai acuan keputusan investor. Perusahaan tetap disarankan untuk tetap memiliki profitabilitas yang baik untuk keberlanjutan dan kesejahteraan perusahaan. Ekspansi yang agresif dengan menambahkan aset perusahaan tidak begitu perlu dilakukan bila manajemen tidak dapat mengolahnya dengan baik. Kemudian dengan menggunakan pendanaan eksternal berupa hutang dapat menjadi sinyal baik bagi investor selama perusahaan dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan dapat memiliki prospek yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Activision Blizzard. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://investor.activision.com/>
- Agnatia, V., & Amalia, D. (2018). Pengaruh Economic Value Added (EVA) dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 290–303.
- Al-Nsour dan Al-Muhtadi. (2019). Capital Structure, Profitability and Firm's Value : Evidence from Jordan. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(20).
- Al-slehat, Z. A. F. (2020). Impact of Financial Leverage, Size and Assets Structure on Firm Value : Evidence from Industrial Sector, Jordan. *International Business Research*, 13(1). <https://doi.org/10.5539/ibr.v13n1p109>
- Astuti, F. Y., Wahyudi, S., & Mawardi, W. (2018). Analysis of Effect Of Firm Size, Institutional Ownership, Profitability, and Leverage On Firm Value with Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure As Intervening Variables (Study on Banking Companies Listed on BEI Period 2012-2016). *Jurnal Bisnis STRATEGI*, 27(2).
- Avid Technology. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://ir.avid.com>
- Basuki, A.T dan Prawoto, N. (2017). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis Dilengkapi Aplikasi SPSS dan EViews*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Budiharjo, R. (2020). Effect Of Environmental Performance, Good Corporate Governance and Leverage On Firm Value. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(8).
- Cha, J. (2017). Crowdfunding for Video Games : Factors that Influence the Success of and Capital Pledged for Campaigns Crowdfunding for Video Games : Factors that Influence the. *International Journal on Media Management*, 00(00), 1–20. <https://doi.org/10.1080/14241277.2017.1331236>
- Chabachib, M., Fitriana, T. U., Hersugondo, H., Dapit, I., Pamungkas, & Udin, U. (2020). Firm Value Improvement Strategy, Corporate Social Responsibility, and Institutional Ownership. *International Journal of Economics and Management Systems*, 5, 146–157.
- Dang, H. N., Ha, V. T. T., Ngo, X. T., & Hoang, H. T. V. (2019). Study the Impact of Growth, Firm Size, Capital Structure, and Profitability on Enterprise Value: Evidence of Enterprises in Vietnam. *Wiley Periodicals, Inc.* <https://doi.org/10.1002/jcaf.22371>
- Electronic Arts. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://ir.ea.com/>

- Fauzi, A., & Nurmatias. (2015). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 177–202.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GigaMedia Limited. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <http://www.gigamedia.com/EN/QuarterlyFinancialResults/ugCDown.asp?hidDownTypeID=5&hidDownCatID=60>
- Glu Mobile. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://ir.take2games.com/Gravity>.
- Gravity. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <http://www.gravity.co.kr/en/ir/notice/list.asp>
- Ha, N. T. Le, & Minh, B. T. (2020). Determinants of Firm Value in Vietnam : A Research Framework. *International Journal of Science and Research*, 9(1), 626–631. <https://doi.org/10.21275/ART20204002>
- Hirdinis, M. (2019). Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1), 174–191.
- Hung, D. N., Cuong, P. D., & Ha, V. T. B. (2018). Effects of financial statements information on firms ' value : evidence from Vietnamese listed firms. *Investment Management and Financial Innovations*, 15(4), 210–218.
- Inspired Entertainment. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://investors.inseinc.com/annual-reports>
- Jubaedah, Yulivan, I., & Hadi, A. R. A. (2016). The Influence of Financial Performance , Capital Structure and Macroeconomic Factors on Firm ' s Value – Evidence from Textile Companies at Indonesia Stock Exchange. *Applied Finance and Accounting*, 2(2), 18–29. <https://doi.org/10.11114/afa.v2i2.1403>
- Karnadi, E. B. (2017). *Panduan EViews untuk Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Grasindo.
- Khairudin, & Wandita. (2017). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas, Debt To Equity Ratio (DER) dan Price to Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 8(1).
- Liquid Media Group. (2020). Financial Statement. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://www.liquidmediagroup.co/investors/financial-reports/>
- Mandey, S. R., Pangemanan, S. S., & Pangerapan, S. (2017). Analisis Pengaruh Insider Ownership, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1463–1473.
- Nasdaq. (2020). Historical Quotes. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://www.nasdaq.com/>
- Novalia, F., & Nindito, M. (2016). Pengaruh Konservatisme Akuntansi dan Economic Value Added Terhadap Penilaian Ekuitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 11(2).
- Pratiwi, R. D. (2020). Do Capital Structure, Profitability, and Firm Size Affect Firm Value? *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 194–202. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i2.3717>
- Putri, N. D., Siswantini, T., & Murtatik, S. (2020). Analisis Determinan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. In *KORELASI I (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)* (pp. 1093–1105).
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh profitabilitas , leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *EQUITY*, 18(1).
- RealNetworks. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://investor.realnetworks.com/>
- Setiadharna, S., & Machali, M. M. (2017). The Effect of Asset Structure and Firm Size on

- Firm Value with Capital Structure as Intervening Variable. *Journal of Business & Financial Affairs*, 6(4). <https://doi.org/10.4172/2167-0234.1000298>
- Siddik, M. H., & Chabachib, M. (2017). Pengaruh ROE, CR , SIZE, dan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Intervening. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6(4), 1–15.
- Sollosy, M., Mcinerney, M., & Braun, C. K. (2016). Human Capital : A Strategic Asset Whose Time Has Come to Be Recognized on Organizations Financial Statements. *The Journal of Corporate Accounting & Finance*. <https://doi.org/10.1002/jcaf.22201>
- Statistia.com. (2020). Video game market value worldwide from 2012 to 2023. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/292056/video-game-market-value-worldwide/>
- Sucuahi, W., & Cambarihan, J. M. (2016). Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines. *Accounting and Finance Research*, 5(2). <https://doi.org/10.5430/afr.v5n2p149>
- Syaifulhaq, M. D. H., Herwany, A., & Layyinaturrobaniyah. (2020). Capital Structure and Firm's Growth in Relations to Firm Value at Oil and Gas Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 3(1), 14–28. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24198/jaab.v3i1.24760>
- Take-Two Interactive. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://ir.take2games.com/financial-information/annual-reports>
- The9 Limited. (2020). Financial Statement. Diakses 1 Desember 2020, dari [https://ycharts.com/financials/NCTY/income\\_statement/annual](https://ycharts.com/financials/NCTY/income_statement/annual)
- Yanti, P. D. M., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Properti, Real Estate Dan Konstruksi Bangunan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(9), 5632–5651. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i09.p14>
- Zynga. (2020). Annual Report. Diakses 1 Desember 2020, dari <https://investor.zynga.com/>