

Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022

Arina Falabiba*, Sista Paramita

Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

*Email korespondensi: arinafalabiba.20013@mhs.unesa.ac.id

Abstract

This research aims to examine the effect of financial performance consisting of liquidity proxied by the Current Ratio (CR), profitability proxied by Return on Equity (ROE), and leverage proxied by the Debt to Equity Ratio (DER) on company value in the sub-sector media and entertainment with company size as the moderating variable. Based on the type of research by the scientific discovery method, this research includes quantitative research with a population of media and entertainment sub-sector companies listed on the IDX for the 2019-2022 period. The sampling method uses a purposive sampling method with a sample size of 40 samples from 10 companies. The data analysis technique uses the Moderated Regression Analysis (MRA) test with the help of the SPSS version 18 application. The research results show that the variables profitability and leverage partially positively and significantly influence company value. In contrast, liquidity and company size do not affect company value. In addition, based on the results of the MRA test, the company size variable can strengthen the effect of profitability on company value. However, company size cannot moderate the effect of liquidity and leverage on company value. Media and entertainment sub-sector companies need to pay attention to the company's ability to generate profits and use debt as capital because these two things can influence the high or low level of investors' assessment of the company.

Keywords: company size; current ratio; debt to equity ratio; price to book value; return on equity.

<https://doi.org/10.26740/jim.v13n1.p131-145>

Received: July 27th 2024; Revised: February 1st 2025; Accepted: March 17th 2025; Available online: March 31st 2025

Copyright © 2025, The Authors. Published by Universitas Negeri Surabaya. This is an open access article under the CC-BY International License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

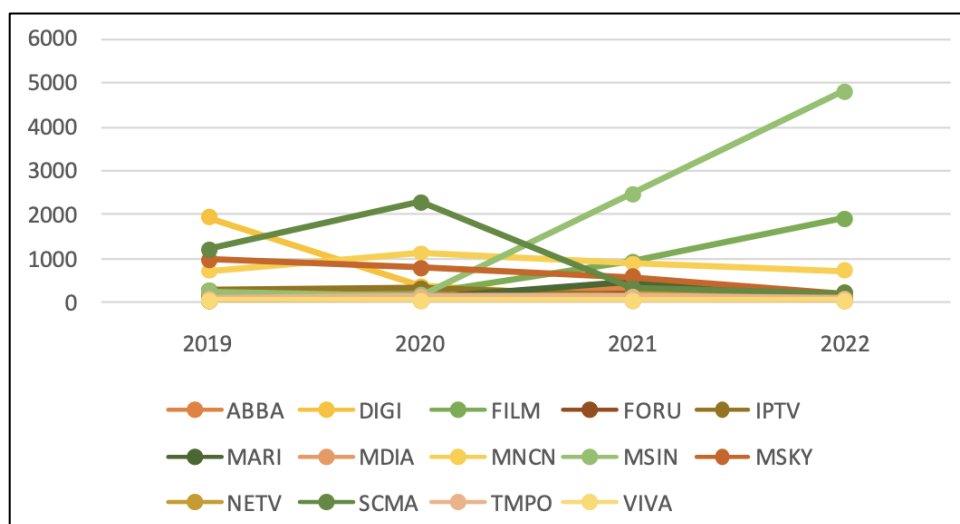
Pendahuluan

Transformasi digital merupakan perubahan atas suatu kondisi untuk menangani sebuah pekerjaan melalui teknologi informasi guna memperoleh efisiensi dan efektifitas (Danuri *et al.*, 2019). Proses transformasi digital muncul sebagai upaya dalam beradaptasi dan bersaing melalui implementasi teknologi, talenta, dan proses ditengah-tengah kondisi teknologi yang terus bertumbuh dan berubah-ubah (Royyana, 2020). Pemerintah Indonesia telah menyusun Roadmap Indonesia Digital 2021-2024 sebagai langkah untuk mempercepat transformasi digital nasional yang strategis. Menteri Komunikasi dan Informatika juga menjelaskan bahwa transformasi digital nasional dapat dilakukan dengan fokus pada 10 sektor prioritas, salah satunya yaitu sektor media dan hiburan (Kominfo, 2021).

Peran sektor media dan hiburan dalam mendukung percepatan transformasi digital nasional dilaksanakan melalui penghentian siaran analog atau *Analog Switch Off* (ASO). Program *Analog Switch Off* (ASO) merupakan sebuah program pemerintah yang memungkinkan adanya *digital dividend* dan pemanfaatan layanan internet berkecepatan tinggi (Kominfo, 2022). Berdasarkan UU No.11 Tahun

2020 tentang Cipta Kerja, perpindahan penyiaran televisi terestrial dari teknologi analog ke teknologi digital dan penghentian siaran analog (ASO) harus diselesaikan paling lambat dua tahun sejak diberlakukannya UU atau tepatnya pada 2 November 2022.

Menurut Madjid (2022) dan Sidik (2022), sejumlah saham emiten media televisi bergejolak setelah pemberlakuan ASO tanggal 2 November 2022. PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) mengalami kemerosotan harga saham hingga 1,84% ke level Rp800. PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTK) yang merupakan perusahaan induk media televisi SCTV, Indosiar, dan O-Channel mencatat penurunan hingga 1,22% ke level Rp1.620. Kemudian, harga saham milik PT Surya Citra Media Tbk (SCMA) secara individu juga turun 0,83% ke level Rp238. Emiten media terbaru, PT Net Visi Media Tbk (NETV) juga menyumbangkan penurunan sebesar 0,87% menjadi Rp228 per lembarnya. Meski begitu, PT Intermedia Capital Tbk (MDIA) justru melaju di zona hijau dengan level Rp52 hingga Rp54 per saham.



Sumber: Bursa Efek Indonesia (2024, data diolah)

Gambar 1. Grafik Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Media dan Hiburan Periode 2019-2022

Meski mengalami penurunan pada awal pekan November 2022, selama periode 2019–2022 perusahaan sub sektor media dan hiburan justru mencatatkan peningkatan sebanyak 21,79%. Jika diamati secara terperinci, terlihat pada Gambar 1 bahwa harga saham emiten media dan hiburan berfluktuasi. Emiten televisi yang terdaftar dalam sub sektor media dan hiburan memang mengalami penurunan di tahun 2022, seperti PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) yang turun sebanyak 17,78% dan PT Surya Citra Media Tbk (SCMA) sebanyak 36,81%. Namun, penurunan tersebut tertutup oleh kenaikan harga saham emiten-emiten lain yang cukup besar. PT MNC Digital Entertainment Tbk (MSIN) yang menjalankan aktivitas bisnisnya di bidang rumah produksi, periklanan, dan talent management menyumbangkan peningkatan harga saham yang cukup tinggi, yakni Rp4.820 meningkat 94,35% dari tahun sebelumnya. Selain itu, PT MD Pictures Tbk (FILM) juga mengalami peningkatan harga saham sebesar 102,12% di level Rp1.910 dari Rp945 di tahun sebelumnya.

Bersamaan dengan perubahan yang dialami oleh emiten televisi, bisnis media cetak juga mengalami perubahan sejak beberapa tahun lalu. Perubahan bisnis media cetak ke platform digital dilandasi oleh beralihnya pola konsumsi pembaca. Ekarina (2020) menjelaskan bahwa Koran Tempo disebutkan telah beralih ke format digital dan menghentikan versi cetak per Januari 2021. Hal ini dikarenakan Koran Tempo mengikuti perubahan pembaca yang lebih banyak mengakses e-paper daripada koran kertas. Meski begitu, masih terdapat beberapa media yang masih bertahan memproduksi koran cetak, salah satunya yaitu Republika. Hal tersebut dikarenakan total pendapatan yang diperoleh Republika hanya 15% atau maksimal 20% berasal dari platform digital, sedangkan sisanya berasal dari media cetak. Oleh karena itu, tidak ada alasan bagi Republika untuk menghentikan produksi koran cetak.

Nilai perusahaan diartikan sebagai pemahaman investor dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan yang dilihat dari harga sahamnya (Sujoko & Soebiantoro, 2007). Ketika harga saham mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan akan ikut mengalami peningkatan karena naiknya ekspektasi para pelaku pasar terhadap perusahaan. Penelitian ini menilai perusahaan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV) yang membandingkan harga saham suatu perusahaan dengan nilai bukunya. Rasio PBV mampu menunjukkan tingkat apresiasi pasar terhadap nilai buku per saham suatu perusahaan (Pasaribu *et al.*, 2019).

Kinerja keuangan merupakan salah satu bentuk penilaian kondisi keuangan suatu perusahaan yang dilakukan dengan mengukur dan menganalisis rasio keuangan perusahaan (Munawir, 2010). Menurut Rutin *et al.* (2019), rasio keuangan tidak hanya mampu mengukur kinerja perusahaan, tetapi juga menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola asetnya secara efektif dan efisien. Ketika manajemen perusahaan mampu mengelola asetnya dengan baik, penilaian pasar terhadap perusahaan akan meningkat. Penelitian ini menggunakan *Current Ratio* (CR), *Return on Equity* (ROE), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai alat ukur untuk menilai kinerja keuangan perusahaan.

Likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam melunasi utang jangka pendek melalui aset lancarnya (Kasmir, 2019). Semakin tinggi *current ratio*, semakin baik kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan dengan *current ratio* yang rendah menunjukkan kurangnya pengelolaan aset yang dilakukan oleh manajemen sehingga dapat menimbulkan adanya risiko kredit. Apabila dihubungkan dengan teori sinyal, *current ratio* yang tinggi memberikan sinyal positif bagi pihak eksternal dan akan mengundang investor untuk membeli saham perusahaan (Ayem & Ina, 2023). Banyaknya minat beli saham suatu perusahaan akan meningkatkan harga sahamnya yang berdampak pada naiknya nilai perusahaan (Sari & Paramita, 2021). Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jihadi *et al.* (2021) yang menemukan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi secara positif signifikan oleh *current ratio*.

Perusahaan dengan tingkat *return on equity* yang tinggi menandakan telah mengelola modalnya secara efisien sehingga mampu menghasilkan laba dengan baik (Prasetyorini, 2013). Perusahaan yang mampu mengelola modal yang diinvestasikan investor dengan baik akan meningkatkan laba yang berujung pada kenaikan proporsi pembagian dividen yang diterima oleh investor (Rachmawati & Pinem, 2015). Hal tersebut dapat menarik minat investor terhadap perusahaan sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Teori sinyal menganggap *return on equity* mampu memberikan informasi positif bagi pihak eksternal berkaitan dengan keputusan investasi. Pada penelitian ini, tingginya profitabilitas dianggap mampu meningkatkan nilai perusahaan, seperti yang hasil penelitian terdahulu, yaitu Anisa *et al.* (2022), Hidayat dan Wahyu (2019), Rachmawati dan Pinem (2015), dan Sari dan Paramita (2021) yang menemukan bahwa *return on equity* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage atau rasio solvabilitas yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* memperlihatkan besaran modal yang dimiliki oleh perusahaan yang dibiayai oleh utang (Kasmir, 2019). Berdasarkan teori sinyal, peningkatan *debt to equity ratio* memberikan sinyal positif kepada pihak eksternal dengan asumsi bahwa aliran kas perusahaan di masa mendatang akan terjaga dan penggunaan hutang memperlihatkan optimisme pihak manajemen dalam melakukan investasi (Hanafi, 2014). Optimisme ini menandakan bahwa perusahaan berani mengambil risiko dengan memanfaatkan utang sebagai bentuk usahanya untuk tumbuh dan berkembang. Penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh secara positif signifikan dengan nilai perusahaan (Hirdinis, 2019; Jihadi *et al.*, 2021; Rutin *et al.*, 2019).

Menurut teori sinyal, investor cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan besar daripada perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang

dicerminkan melalui total asetnya. Tingginya total aset yang dimiliki oleh perusahaan mampu memberikan sinyal kepada pihak eksternal seperti investor ataupun kreditur bahwa perusahaan telah berhasil dalam menjaga kestabilan operasionalnya sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Umumnya, perusahaan besar akan melakukan diversifikasi dan lebih kebal terhadap risiko keuangan (Mudjijah *et al.*, 2019). Diversifikasi yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak pada peningkatan aset. Jika aset mengalami kenaikan, investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan. Beberapa peneliti seperti Ekadjaja dan Dewi (2020), Muharramah dan Hakim (2021), dan Rachmawati dan Pinem (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja keuangan yang terdiri atas CR, ROE, dan DER terhadap nilai perusahaan sub sektor media dan hiburan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

Kajian Pustaka

Signaling Theory

Spence (1973) mengemukakan bahwa pihak pengirim informasi (perusahaan) akan memberikan suatu sinyal berupa informasi mengenai kondisi suatu perusahaan yang dapat menjadi bahan pertimbangan oleh pihak penerima (investor) yang selanjutnya dikenal sebagai teori sinyal. Teori sinyal muncul atas adanya asimetri informasi antara pihak internal dengan pihak eksternal. Pihak internal dianggap memiliki lebih banyak informasi terkait kondisi perusahaan dibandingkan dengan pihak eksternal. Adanya asimetri informasi tersebut menyebabkan pihak luar memberikan harga yang rendah untuk perusahaan sebagai upaya untuk melindungi diri mereka (Riyadi, 2019).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diartikan sebagai refleksi dari evaluasi masyarakat terhadap kinerja perusahaan yang tercermin melalui harga saham yang terbentuk dari proses permintaan dan penawaran di pasar modal (Brigham & Houston, 2014). Pengukuran nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan *price to book value* (PBV) karena rasio ini memberikan informasi berharga bagi investor yang ingin mencari pertumbuhan pada harga yang wajar. Rasio PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai bukunya. Nilai perusahaan dihitung menggunakan rumus (1) (Jihadi *et al.*, 2021).

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}} \dots\dots\dots(1)$$

Likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban (utang) jangka pendeknya (Kasmir, 2019). Likuiditas yang tinggi menandakan banyaknya dana tersedia yang dapat digunakan untuk mendanai kegiatan operasional dan investasi perusahaan. *Current ratio* dipilih untuk mengukur likuiditas karena rasio ini memberikan informasi kepada investor dan analis mengenai cara perusahaan dalam memaksimalkan aset lancarnya pada neraca, untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rumus untuk menghitung *current ratio* ditunjukkan pada rumus (2) sebagai berikut (Jihadi *et al.*, 2021).

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \dots\dots\dots(2)$$

Profitabilitas

Profitabilitas atau rentabilitas berfungsi untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mencerminkan efisiensi manajemen perusahaan (Kasmir, 2019). Sari dan Paramita (2021) menjelaskan bahwa profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan bersih dari aktivitas yang dijalankan di suatu periode. Meningkatnya profitabilitas dalam suatu periode menandakan perusahaan memiliki kinerja yang bagus dalam

menghasilkan laba bersih. Profitabilitas di penelitian ini diukur melalui *return on equity* karena semakin tinggi rasio ini menandakan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan modalnya secara efisien (Prasetyorini, 2013). Profitabilitas, menurut Sari dan Paramita (2021), dapat dihitung menggunakan rumus (3).

$$ROE = \frac{\text{Pendapatan Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (3)$$

Leverage

Leverage atau rasio utang merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Meningkatnya rasio ini dapat menandakan hal yang baik dengan asumsi bahwa penggunaan hutang merupakan bagian dari optimisme manajemen dalam melakukan investasi sehingga diharapkan membawa kesempatan di masa depan (Hanafi, 2014). *Debt to equity ratio* digunakan sebagai pengukuran *leverage* pada penelitian ini. Menurut Hidayat dan Wahyu (2019), *debt to equity ratio* mampu memberikan informasi mengenai seberapa besar ekuitas pemegang saham digunakan untuk menutupi total hutang suatu perusahaan, sehingga saat dilaksanakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), investor dapat menyepakati jumlah pembiayaan hutang dan memastikan tingkat pengembalian yang sesuai dapat dicapai. *Leverage* dapat dihitung menggunakan rumus (4).

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (4)$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Novari & Lestari (2016), ukuran perusahaan adalah suatu skala perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan nilai saham, total aset, dan penjualan. Ukuran perusahaan pada penelitian ini digunakan sebagai variabel moderasi. Ekadjaja dan Dewi (2020) menjelaskan bahwa perusahaan berukuran besar memiliki kesan dalam memberikan kepastian yang lebih tinggi dan lebih mudah untuk memperoleh pembiayaan dibanding perusahaan kecil. Ukuran perusahaan yang semakin besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen yang tinggi dalam meningkatkan kinerjanya, sehingga investor percaya akan memperoleh pengembalian yang menguntungkan (Bachrudin, 2017). Uuran perusahaan dapat dinilai menggunakan rumus (5) (Ekadjaja & Dewi, 2020).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aset}) \dots\dots\dots (5)$$

Hubungan antar Variabel

Jihadi *et al.* (2021) menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur (2019) yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio likuiditas, semakin tinggi nilai yang dimiliki oleh perusahaan. Jihadi *et al.* (2019) menjelaskan bahwa rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan tingginya kewajiban yang ditanggung perusahaan menggunakan aset lancarnya, sehingga hal tersebut mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rutin *et al.* (2019) yang menunjukkan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Aji & Atun (2019) menemukan bahwa *current ratio* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H1: *Current ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022.

Pemanfaatan modal yang efisien mampu meningkatkan *return on equity* yang dimiliki oleh perusahaan (Prasetyorini, 2013). Hidayat (2019) menunjukkan bahwa tingginya pengembalian atas modal sendiri akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Penemuan tersebut juga didukung oleh Sari dan Paramita (2019) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi laba yang dimiliki oleh perusahaan akan meningkatkan laba per lembar

saham perusahaan yang dapat menarik perhatian investor untuk membeli saham. Pembelian saham yang dilakukan oleh investor akan meningkatkan nilai yang dimiliki oleh perusahaan. Rachmawati dan Pinem (2015), Anisa *et al.* (2022), dan Ardiantini *et al.* (2020) juga menemukan bahwa *return on equity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, Ardimas dan Wardoyo (2014) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Santosa (2020) menemukan *return on equity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2: *Return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022.

Meningkatnya *leverage* atau rasio solvabilitas yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* memperlihatkan optimisme pihak manajemen dalam melakukan investasi (Hanafi, 2014). Optimisme ini menandakan bahwa perusahaan berani mengambil risiko dengan memanfaatkan utang sebagai bentuk usahanya untuk tumbuh dan berkembang. Hirdinis (2019), Jihadi *et al.* (2021), dan Rutin *et al.* (2019) menemukan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rutin *et al.* (2019) menjelaskan bahwa *debt to equity ratio* yang tinggi dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi melalui penggunaan utang atau aset yang dibiayai oleh utang sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan akan meningkat. Di sisi lain, Fitria dan Irkhani (2021); Khoirunnisa (2022) dan Anisa *et al.* (2022) menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Ayem dan Ina (2023), Faisania *et al.* (2023), Hidayat (2019) menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3: *Debt to equity ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang dicerminkan melalui total asetnya (Rachmawati & Pinem, 2015). Al-Slehat (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan cenderung memilih sumber daya keuangan yang tepat untuk meningkatkan nilainya dan tidak bergantung pada *leverage* sepenuhnya yang dapat menambah biaya bagi perusahaan. Muharramah dan Hakim (2021), dan Rachmawati dan Pinem (2015) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan karena ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah menarik investor akibat anggapan bahwa perusahaan besar mampu mengelola kinerjanya dengan baik. Kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya kepada perusahaan yang berukuran lebih besar dapat meningkatkan harga saham yang berpengaruh pada kenaikan nilai perusahaan. Hirdinis (2019), dan Octavus dan Adiputra (2020) menemukan perbedaan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hidayat (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022.

Nur (2019) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan karena perusahaan dengan ukuran yang tidak terlalu besar sering menghadapi masalah likuiditas dalam hal menjalankan keputusan investasi. Artinya, perusahaan dengan ukuran besar memiliki peluang untuk lebih leluasa dalam menjalankan keputusan investasi karena minimnya masalah likuiditas. Menurut Santosa (2020), ukuran perusahaan mampu memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan karena semakin besar aset perusahaan, semakin besar pula pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Namun, Faisania *et al.* (2023) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *current ratio* terhadap nilai perusahaan

H5: Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *current ratio* terhadap nilai perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022.

Ardiantini *et al.* (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah perusahaan dalam memperoleh pembiayaan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan profitabilitas. Mudjijah *et al.* (2019) juga menemukan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kemudahan perusahaan dalam memperoleh pembiayaan memberikan peluang bagi perusahaan dalam mengelola dananya sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan yang berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Meski begitu, Fitria dan Irkhani (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan karena besar kecilnya ukuran perusahaan tidak dapat menjamin perusahaan untuk memaksimalkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan atas total ekuitas.

H6: Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022.

Ayem dan Ina (2023) menemukan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat sehingga memudahkan perusahaan dalam mencari sumber pendanaan berupa utang yang dapat digunakan sebagai biaya dari kegiatan operasional. Santosa (2020) juga menjelaskan bahwa ukuran perusahaan mampu memperkuat pengaruh *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan, Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar peluang perusahaan dalam meningkatkan utang untuk melakukan ekspansi bisnis. Namun, Fitria dan Irkhani (2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memperkuat ataupun memperlemah pengaruh *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan.

H7: Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang dikumpulkan dengan metode dokumentasi pada situs resmi perusahaan sub sektor media dan hiburan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub sektor media dan hiburan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022, sesuai dengan klasifikasi IDX-IC yang berlaku mulai tahun 2021. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling dengan kriteria-kriteria tertentu sehingga diperoleh 40 data yang berasal dari 10 perusahaan. Analisis data menggunakan metode analisis Moderated Regression Analysis (MRA) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 18.

Hasil Penelitian

Hasil Uji Normalitas

Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* digunakan dalam uji normalitas penelitian ini. Data residual dikatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian menunjukkan data residual memiliki nilai signifikansi sebesar 0,338. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga data residual berdistribusi secara normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Data terbebas dari multikolinieritas apabila memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau *VIF* ≤ 10 . Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan *VIF* ≤ 10 sehingga tidak terdapat multikolinieritas pada data yang diuji.

Hasil Uji Autokorelasi

Data terbebas dari autokorelasi apabila nilai *Durbin-Watson* berada diantara nilai dU dan 4-dU. Berdasarkan hasil pengujian, nilai *Durbin-Watson* diketahui sebesar 2,109. Nilai tabel (k= 4 dan n=40) menunjukkan nilai dU berada di angka 1,7209 dan 4-dU menghasilkan angka 2,2719. Apabila dilihat dari ketiga nilai tersebut, nilai *Durbin-Watson* berada diantara dU dan 4-dU ($1,7209 < 2,109 < 2,2719$) sehingga tidak terjadi autokorelasi pada data yang diuji.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji *Spearman's Rho* digunakan untuk menguji gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini. Data dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila memiliki nilai signifikansi $>0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi $>0,05$ sehingga tidak terdapat heteroskedastisitas pada variabel yang diuji.

Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Pada uji MRA, disajikan dua persamaan regresi yang menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan pengaruh variabel moderasi dalam memoderasi hubungan variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 1. Hasil Uji Persamaan 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16,439	12,422		1,323	,194
CR	,272	,230	,181	1,180	,246
ROE	14,108	3,923	,601	3,596	,001
DER	3,268	1,224	,381	2,670	,011
SIZE	-,581	,431	-,226	-1,348	,186

Sumber: Output SPSS 18 (data diolah, 2024)

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh persamaan regresi (6).

$$Y = 16,439 + 14,108 ROE + 3,268 DER + e \dots\dots\dots (6)$$

Nilai konstanta sebesar 16,439. Artinya, jika seluruh variabel independen sama dengan nol, nilai perusahaan akan meningkat sebesar 16,439. Nilai koefisien *return on equity* (ROE) adalah 14,108 yang mengindikasikan apabila ROE meningkat sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 14,108 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan. Nilai koefisien *debt to equity ratio* (DER) adalah 3,268 yang mengindikasikan apabila DER meningkat sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 3,268 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh persamaan regresi (6).

$$PBV = 2,665 - 111,578 ROE + 4,621 ROE * SIZE + e \dots\dots\dots (7)$$

Persamaan (6) menunjukkan apabila seluruh variabel independen dianggap konstan, dengan nilai konstanta sebesar 2,665 maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 2,665. Nilai koefisien *return on equity* (ROE) adalah -111,578 yang mengindikasikan apabila ROE meningkat sebesar satu satuan, nilai perusahaan akan menurun sebesar 111,578 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan. Nilai koefisien interaksi antara ROE dengan SIZE (ROE*SIZE) adalah

4,621 yang mengindikasikan apabila variabel interaksi antara ROE dan SIZE meningkat sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 4,621 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.

Tabel 2. Hasil Uji Persamaan 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,665	30,827		,086	,932
CR	3,930	5,281	2,619	,744	,462
ROE	-111,578	47,096	-4,755	-2,369	,024
DER	2,560	31,702	,299	,081	,936
SIZE	-,117	1,091	-,046	-,107	,915
CR*SIZE	-,132	,191	-2,386	-,693	,493
ROE*SIZE	4,621	1,740	5,383	2,656	,012
DER*SIZE	,016	1,116	,054	,014	,989

Sumber: Output SPSS 18 (data diolah, 2024)

Hasil Uji Statistik t

Hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan *current ratio* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,246 > 0,05$ yang artinya *current ratio* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. *Return on equity* menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai koefisien sebesar 14,108, artinya *return on equity* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Debt to equity ratio* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,011 dengan nilai koefisien sebesar 3,268 yang artinya *debt to equity ratio* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikansi yang dimiliki sebesar $0,186 > 0,05$.

Nilai signifikansi variabel interaksi *current ratio* dan *debt to equity ratio* dengan ukuran perusahaan menunjukkan angka 0,493 dan 0,989. Nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga pengaruh *current ratio* maupun *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan tidak mampu dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Variabel interaksi antara *return on equity* dengan ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,012 dan nilai koefisien sebesar 4,621.

Hasil Uji Statistik F

Hasil uji F yang telah dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,007. Nilai tersebut kurang dari 0,05 sehingga dapat diambil keputusan bahwa *current ratio*, *return on equity*, *debt to equity ratio*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil pengujian, nilai *adjusted R²* diketahui sebesar 0,250. Artinya, kinerja keuangan dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen mampu menjelaskan 25% variasi nilai perusahaan. Sedangkan 75% sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar model.

Pembahasan

Pengaruh Current Ratio terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *current ratio* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan sub sektor media dan hiburan memiliki nilai *current ratio* yang tergolong tinggi sehingga dapat menimbulkan ketidakefektifan dalam pengelolaan aset. Santosa (2020) menjelaskan bahwa likuiditas dan aset yang terlalu tinggi menunjukkan kurangnya pengelolaan dana perusahaan oleh pihak manajemen. Penelitian ini tidak mendukung penelitian Jihadi *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai

perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian Faisania *et al.* (2023), Rutin *et al.* (2019), dan Santosa (2020) yang menemukan *current ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan teori sinyal yang menyebutkan bahwa likuiditas yang baik mampu memberikan sinyal positif sehingga mampu menarik minat investor dalam membeli saham yang akan berimbas pada kenaikan harga saham dan nilai perusahaan (Rutin *et al.*, 2019). Namun pada kenyataannya, likuiditas yang terlalu tinggi dapat mengurangi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba karena akan menunjukkan banyaknya dana yang tidak digunakan secara efektif (Ekadjaja & Dewi, 2020). Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini adalah pihak manajemen perlu mengevaluasi kembali strategi pengelolaan aset perusahaan dengan memperhatikan komposisi antara aset lancar dan utang lancar. Kenaikan aset lancar yang tidak seimbang dapat diakibatkan dari persediaan atau piutang yang terlalu tinggi sehingga hal tersebut mengakibatkan penurunan pada penjualan dan laba. Secara praktik *current ratio* tidak dapat menjadi bahan pertimbangan oleh investor karena naik turunnya nilai perusahaan tidak dapat dijamin oleh tinggi rendahnya rasio likuiditas.

Pengaruh Return on Equity terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *return on equity* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Hal tersebut dapat dikarenakan *return on equity* yang meningkat menunjukkan baiknya kinerja perusahaan dalam mengelola modal sehingga mampu mendorong kemampuan perusahaan dalam membayar dividen (Rachmawati & Pinem, 2015). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Anisa *et al.* (2022), Hidayat dan Wahyu (2019), Rachmawati dan Pinem (2015), dan Sari dan Paramita (2021) yang menemukan bahwa *return on equity* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini searah dengan teori sinyal yang menyebutkan bahwa laba yang cukup tinggi dan stabil mampu memberikan sinyal positif kepada investor sehingga akan meningkatkan permintaan atas saham yang secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan (Ardiantini *et al.*, 2020). Implikasi manajerial hasil penelitian ini yaitu manajemen dapat meningkatkan persentase rasio ini karena *return on equity* yang tinggi secara tidak langsung mampu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba sehingga hal tersebut dapat menarik minat investor dalam menanamkan modalnya. Secara praktik, perusahaan dapat meningkatkan persentase rasio ini karena *return on equity* yang tinggi mampu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal secara efektif dan efisien untuk menghasilkan laba.

Pengaruh Debt to Equity Ratio terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Hal ini dapat terjadi karena penggunaan utang mampu dimanfaatkan secara maksimal oleh perusahaan untuk meraih keuntungan yang lebih tinggi. Mudjijah *et al.* (2019) menyatakan bahwa pemanfaatan utang membuat perusahaan lebih leluasa dalam menjalankan kegiatan operasionalnya selama penghematan pajak dan biaya lainnya lebih besar dibanding dengan biaya bunga. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hirdinis (2019), Jihadi *et al.* (2021), dan Rutin *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan teori sinyal yang menyebutkan bahwa *debt to equity ratio* dianggap mampu memberikan sinyal positif kepada pihak eksternal karena tingginya penggunaan utang dapat diartikan sebagai optimisme pihak manajemen dalam melakukan investasi (Hanafi, 2014). Perusahaan harus dapat memanfaatkan dan mengoptimalkan utang untuk membiayai kegiatannya yang dapat berimbas pada kenaikan laba. Penggunaan utang pada perusahaan harus disertai dengan pengelolaan risiko yang baik sehingga hal tersebut dapat meminimalisir penumpukan utang dan memaksimalkan fleksibilitas perusahaan dalam mengelola modal. Secara praktik, perusahaan media dan hiburan dapat meningkatkan rasio ini karena penggunaan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Meski

demikian, keputusan terkait penggunaan utang harus dipertimbangkan dan dikelola dengan baik agar tidak menimbulkan masalah pada perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi karena tingginya aset yang dimiliki oleh perusahaan tidak mampu dimanfaatkan secara maksimal oleh pihak manajemen (Bon & Hartoko, 2022). Akibatnya, perusahaan tidak memperoleh tingginya laba atau keuntungan yang seharusnya diterima ketika aset dimanfaatkan secara maksimal. Penelitian ini tidak mendukung penelitian Ekadjaja & Dewi (2020), Muharramah & Hakim (2021), dan Rachmawati & Pinem (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian searah dengan penelitian Bon dan Hartoko (2022), Hidayat dan Wahyu (2019), dan Khoirunnisa (2022) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa kenaikan aset dapat menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan (Mudjijah *et al.*, 2019). Kenaikan aset terjadi karena perusahaan berhasil dalam mengelola dan menjaga kestabilan operasionalnya sehingga mampu memberikan sinyal positif terhadap investor. Namun, berdasarkan penelitian ini ukuran perusahaan tidak mampu menjadi bahan pertimbangan investor dalam menentukan keputusan investasi karena besar kecilnya ukuran perusahaan terbukti tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Pihak manajemen perlu memastikan bahwa sumber daya perusahaan telah dimanfaatkan secara efisien karena pengelolaan aset dan sumber daya yang baik dapat meningkatkan kinerja keuangan dan daya tarik perusahaan.

Pengaruh Current Ratio terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel interaksi antara ukuran perusahaan dengan current ratio menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mampu memperkuat maupun memperlemah pengaruh current ratio terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan tingginya aset yang dimiliki oleh perusahaan besar hanya difokuskan untuk melunasi utang jangka pendeknya sehingga perusahaan besar akan kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan (Ayem & Ina, 2023). Penelitian ini berbeda dengan penelitian Nur (2019) dan Santosa (2020) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *current ratio* terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini sejalan dengan Faisania *et al.* (2023) yang menemukan ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *current ratio* terhadap nilai perusahaan.

Implikasi teori sinyal berbanding terbalik dengan hasil penelitian ini. Menurut teori sinyal, ukuran perusahaan akan memudahkan perusahaan dalam melunasi kewajibannya yang akan jatuh tempo karena tingginya aset yang tersedia dalam perusahaan (Ayem & Ina, 2023). Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memperkuat pengaruh *current ratio* terhadap nilai perusahaan. Manajemen perlu mengembangkan strategi yang berfokus untuk meningkatkan kinerja keuangan secara keseluruhan dan mengalokasikan aset yang dimiliki untuk melakukan investasi pada proyek-proyek yang memberikan pengembalian yang setara.

Pengaruh Return on Equity terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel interaksi antara ukuran perusahaan dengan *return on equity* menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan mampu memperkuat pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dikarenakan perusahaan dengan total aset yang besar dianggap memiliki kemampuan yang lebih stabil dalam meningkatkan profitabilitas untuk menaikkan nilai perusahaan (Ardiantini *et al.*, 2020). Tingginya *return on equity* menunjukkan bahwa pihak manajemen perusahaan mampu memaksimalkan sumber dana yang berasal dari modal secara efektif

dan efisien sehingga kesejahteraan pemegang saham dapat meningkat seiring dengan peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ardiantini *et al.* (2020); Mudjijah *et al.*, (2019), yang menemukan ukuran perusahaan mampu memperkuat pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan.

Implikasi teori sinyal sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan. Mudjijah *et al.* (2019) menjelaskan bahwa perusahaan berukuran besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan dan berimbas pada peningkatan penjualan yang mempengaruhi kesejahteraan pemegang saham. Manajemen dapat berinvestasi pada proyek-proyek yang strategis karena besarnya ukuran perusahaan memberikan kapasitas untuk melakukan investasi yang lebih besar sehingga mampu meningkatkan *return on equity*.

Pengaruh Debt to Equity Ratio terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel interaksi antara ukuran perusahaan dengan *debt to equity ratio* menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi karena kurang baiknya pengelolaan dan pengambilan keputusan manajemen dalam mempertimbangkan utang yang digunakan. Tingginya utang dapat meningkatkan risiko investasi terhadap perusahaan. Menurut Rutin *et al.* (2019), perusahaan perlu menyeimbangkan beberapa utang yang layak diambil dengan sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang agar tidak terjadi penumpukan utang yang berlebihan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penemuan Faisania *et al.* (2023), Fitria dan Irkhani (2021), dan Mudjijah *et al.* (2019) yang menemukan bahwa besar kecilnya perusahaan tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan secara signifikan.

Implikasi teori sinyal berbanding terbalik dengan hasil penelitian ini. Teori sinyal menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar peluang perusahaan dalam mendapatkan sumber pendanaan dan dapat memberikan sinyal positif kepada pihak eksternal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Mudjijah *et al.*, 2019). Namun merujuk pada hasil penelitian ini, penggunaan utang yang berlebihan dapat menimbulkan masalah pada perusahaan. Perusahaan perlu mengevaluasi kembali proporsi utang dan ekuitas untuk menghindari risiko keuangan yang berlebihan akibat dari penumpukan biaya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai likuiditas yang terlalu tinggi mengindikasikan kurang efektifnya manajemen perusahaan dalam mengelola aset lancar perusahaan sehingga membuat aset seakan-akan menganggur. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan karena tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola modal yang ditanamkan secara efektif dan efisien sehingga mampu menghasilkan laba dan pengembalian ekuitas yang optimal. *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan karena penggunaan utang sebagai modal dimanfaatkan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi sehingga mampu menarik minat investor dalam berinvestasi. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena tingginya aset yang tidak dikelola dengan baik menyebabkan perusahaan tidak menerima laba yang maksimal. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan karena perusahaan besar dengan aset yang tinggi lebih berorientasi pada jangka panjang. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan karena perusahaan besar lebih mudah dalam memperoleh pembiayaan eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keuntungan. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan karena kemudahan perusahaan dalam memperoleh pembiayaan eksternal mempersulit pihak manajemen dalam mengelola aset perusahaan.

Perusahaan sub sektor media dan hiburan dapat meningkatkan profitabilitas dan *leverage* dengan mengelolanya secara optimal. Hal ini dikarenakan naik turunnya nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh rasio profitabilitas dan *leverage*. Selain itu, tingginya total aset dan utang diharapkan mampu dikelola dengan baik oleh perusahaan karena ukuran perusahaan diketahui dapat memperkuat pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan. Bagi Investor yang tertarik untuk menginvestasikan dananya pada sub sektor media dan hiburan dapat mempertimbangkan rasio *return on equity* dan *debt to equity* untuk mengambil keputusan investasi karena kedua rasio tersebut terbukti memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menjelaskan nilai perusahaan sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lain yang belum diteliti pada penelitian ini, seperti kebijakan dividen, umur perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, dan struktur modal.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini. Seluruh proses penelitian dan penulisan artikel ini dilakukan secara independen, tanpa adanya kepentingan pribadi, komersial, atau institusional yang dapat memengaruhi hasil atau interpretasi dari penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Al-Slehat, Z. A. F. (2019). Impact of Financial Leverage, Size and Assets Structure on Firm Value: Evidence from Industrial Sector, Jordan. *International Business Research*, 13(1), 109–120. <https://doi.org/10.5539/ibr.v13n1p109>
- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverages. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4, 321–335. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i2.707>
- Ardiantini, N., Sukma, A. A., & Surasni, N. K. (2020). Financial Performance and Intellectual Capital Disclosure as Determinants of the Value of Banking Companies with Company Size as Moderating. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 414–421. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i3.27774>
- Ardimas, W., & Wardoyo. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BEI. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 57–66. <https://doi.org/10.23917/benefit.v18i1.1386>
- Ayem, S., & Ina, C. R. T. (2023). Struktur Modal, Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan: Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi. *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, 3(1), 47–57. <https://doi.org/10.55587/jla.v3i1.48>
- Bachrudin, B. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage. dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(4), 1473–1491.
- Bon, S. F., & Hartoko, S. (2022). The Effect of Dividend Policy, Investment Decision, Leverage, Profitability, and Firm Size on Firm Value. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 7–13. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.3.1405>
- Brigham, F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (A. A. Yulianto, Ed.; 11th ed.). Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. (2024). *Laporan Tahunan dan Keuangan Perusahaan Sub Sektor Media dan Hiburan Periode 2019-2022*. Retrieved August 3, 2024, from www.idx.co.id
- Danuri, M. (2019). *Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital*. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2), 116–123.
- Ekadjaja, A., & Dewi, V. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 118–126. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i1.7139>

- Arina Falabiba, Sista Paramita. Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sub sektor media dan hiburan periode 2019-2022
- Ekarina. (2020, December 9). *Transformasi Bisnis Media di Era Digital Terus Bergulir*. katadata.co.id. <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f4fc332efab0/transformasi-bisnis-media-di-era-digital-terus-bergulir>
- Faisania, A., Sari, A. R., & Anas, D. E. A. F. (2023). Ukuran Perusahaan Memoderasi Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Penghasil Bahan Baku di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021). *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 11(1), 54–62. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v11i1.8921>
- Fitria, D., & Irkhani, N. (2021). Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1629–1643. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3584>
- Hanafi, M. M. (2014). *Manajemen Keuangan* (1st ed.). BPFE.
- Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return on Equity dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Fakultas Ekonomi*, 21(1), 67–75. <https://doi.org/10.30872/jfor.v21i1.5223>
- Hirdinis, M. (2019). Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability. In *International Journal of Economics and Business Administration: Vol. VII* (Issue 1), 174–191. <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423–431. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0423>
- Kasmir. (2019). *Pengantar Manajemen Keuangan* (2nd ed.). Kencana.
- Khoirunnisa, R. ' . (2022). Pengaruh Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Liabilitas sebagai Variabel Mediasi pada Sektor Finance yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 11–27. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p11-27>
- Kominfo. (2021, September 10). *10 Sektor Prioritas untuk Memacu Transformasi Digital*. kominfo.go.id. <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/10-sektor-prioritas-untuk-memacu-transformasi-digital>
- Kominfo. (2022, July 28). *Program ASO Dukung Percepatan Transformasi Digital*. kominfo.go.id. <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-kominfo/detail/program-aso-dukung-percepatan-transformasi-digital>
- Madjid, Z. (2022, November 7). *Siaran TV Analog Disetop, Harga Saham Emiten Media Kompak Anjlok*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/amp/lavinda/finansial/6368b001e6084/siaran-tv-analog-disetop-harga-saham-emiten-media-kompak-anjlok>
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41–56.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 569–576. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5210>
- Munawir, S. (2010). *Analisa Laporan Keuangan* (4th ed.). Liberty.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Properti dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5761–5694.
- Nur, T. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(1), 58–76. <https://doi.org/10.55886/esensi.v22i1.156>
- Octavus, C., & Adiputra, I. G. (2020). Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Asuransi di Indonesia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 873–879. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9866>

- Pasaribu, U. R., Nuryartono, N., & Andati, T. (2019). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 441–454. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.3.441>
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 183–196.
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *EQUITY*, 18(1), 1–18. <https://doi.org/10.34209/equ.v18i1.456>
- Rinnanik, Buchori, & Muntama. (2023). Determinant Of Company Value With Company Size As A Moderation. *Journal of Economics, Management and Entrepreneurship*, 1(2), 12–23.
- Riyadi, J. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Universitas Semarang.
- Royyana, A. (2020). Strategi Transformasi Digital Pada PT. Kimia Farma (Persero) Tbk. *Journal of Information Systems for Public Health*, 5(2), 15–32.
- Rutin, Triyonowati, & Djawoto. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 6(01), 126–143. <https://doi.org/10.35838/jrap.2019.006.01.10>
- Santosa, P. W. (2020). The Moderating Role of Firm Size on Financial Characteristics and Islamic Firm Value at Indonesian Equity Market. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 391–401. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12197>
- Sari, D. K., & Paramita, R. A. S. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Basic Industry and Chemical Periode 2013-2017. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 547–558. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p547-558>
- Sidik, S. (2022, November 4). *Pemerintah Matikan Siaran TV Analog, Saham Emiten Televisi Kena Imbas*. katadata.co.id. <https://katadata.co.id/syahrizalsidik/finansial/6364f42215624/pemerintah-matikan-siaran-tv-analog-saham-emiten-televisi-kena-imbas?page=1>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1882010>
- Sujoko, & Soebiantoro, U. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Leverage Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 41–48.