

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER NON-CYCLICALS

Windy Atmawardani Rachman

Fakultas Ekonomi / Jurusan Sistem Informasi Akuntansi, windy@staff.gunadarma.ac.id, Universitas Gunadarma

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of profitability, liquidity and company size on company value. Profitability is measured using Return on Assets (ROA), Liquidity is measured using Current Ratio (CR), company size is measured using Market Capitalization (MC), and company value is measured using Price to Book Value (PBV). The sample in this study used non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019-2022. The sampling technique used the purposive sampling method. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with the SPSS software program version 25. The results of this study indicate that profitability (ROA) partially has a positive and significant effect on company value, liquidity (CR) partially has a negative and insignificant effect on company value, company size (MC) partially has a positive and insignificant effect on company value, and profitability, liquidity, and company size simultaneously have a significant effect on company value.

Keywords : Profitability, Liquidity, Company Size, Company Value

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas diukur dengan *Return on Assets* (ROA), Likuiditas diukur dengan *Current Ratio* (CR), ukuran perusahaan diukur dengan *Market Capitalization* (MC), dan nilai perusahaan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini menggunakan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019-2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda dengan program software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas (CR) secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan (MC) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, serta profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merepresentasikan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham, yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009 dalam Lumoly dkk., 2018). Jika harga saham perusahaan semakin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi tentu saja menjadi keinginan semua pemilik perusahaan, sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi maka akan diikuti pula oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bita dkk., 2021). Dari nilai perusahaan inilah menggambarkan keadaan perusahaan bagi pihak eksternal, terutama investor.

Investor yang berinvestasi dana di pasar modal tidak hanya memiliki tujuan jangka pendek, tetapi juga memperoleh pendapatan jangka panjang (Sudiani dan Ni 2016). Keberadaan pasar modal di Indonesia sangat penting dan berpengaruh besar bagi keberlangsungan perusahaannya. Karena dengan adanya penerbitan saham di pasar modal, maka mendorong para investor untuk menanamkan modalnya dan menghasilkan dana bagi perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, faktor pertama yaitu profitabilitas. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki (Bita dkk., 2021). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor. Persepsi investor dalam menanggapi profitabilitas suatu perusahaan dapat memengaruhi harga saham serta nilai dari perusahaan tersebut.

Meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan saling berkaitan dengan meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, sehingga tujuan tersebut merupakan suatu hal yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Yanti dan Ni, 2019). Faktor kedua yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas. Investor memandang suatu perusahaan memiliki kinerja yang baik jika memiliki

tingkat likuiditas tinggi karena dapat memenuhi kewajibannya melalui aktiva yang bersifat likuid, seperti aktiva lancar dengan perputaran dana kurang dari satu tahun. Hal ini dapat menarik investor untuk menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan. Jika hasil rasio likuiditas yang semakin besar, maka semakin sesuai pula perusahaan dalam pengoperasian aktiva lancar perusahaannya berpengaruh pada kenaikan nilai perusahaan (Nuradinda dan Tri, 2022).

Faktor ketiga yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dikelompokkan antara besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat terlihat dari besarnya kapitalisasi pasar perusahaan, tingkat penjualan, dan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami peningkatan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Bita dkk., 2021). Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan mendapatkan sumber dana, karena ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Dewi dan Bambang, 2019). Terdapat perusahaan sektor yang berpotensi untuk memiliki nilai perusahaan yang tinggi karena sektor ini cenderung stabil dan tahan terhadap fluktuasi ekonomi yaitu perusahaan sektor consumer non-cyclicals.

Perusahaan sektor consumer non-cyclicals atau barang konsumen primer adalah perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang bersifat anti-siklis atau barang primer, dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (Dwicahyani, dkk., 2022). Perusahaan ini memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena produk-produk mereka sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perusahaan sektor consumer non-cyclicals akan mengalami pertumbuhan sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan peningkatan pendapatannya (Khayati, dkk., 2022). Dalam situasi ini, dengan adanya pertumbuhan tingkat pendapatan masyarakat, maka meningkatkan permintaan terhadap produk consumer non-cyclicals. Semakin tinggi permintaan terhadap produk consumer non-cyclicals, persaingan di pasar semakin tinggi, sehingga perusahaan-perusahaan sektor consumer non-cyclicals terus meningkatkan kinerja mereka.

Perusahaan sektor consumer non-cyclicals memiliki karakteristik bisnis yang stabil dan menjanjikan, serta tidak terpengaruh oleh fluktuasi ekonomi atau musiman. Hal ini dapat dilihat dari produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan sehari-hari yang di mana kebutuhan masyarakat cenderung tetap konsisten, bahkan dalam keadaan perekonomian yang sulit sekalipun.

Pada umumnya, sektor consumer non-cyclicals memiliki struktur keuangan yang sehat dan memiliki akses yang baik terhadap sumber daya finansial. Hal ini memudahkan peneliti untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel penelitian dengan lebih akurat. Selain itu, sektor ini cenderung memiliki perusahaan-perusahaan dengan ukuran yang bervariasi, baik besar maupun kecil. Hal ini memungkinkan peneliti untuk melihat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan membandingkan kinerja antar perusahaan dengan ukuran yang berbeda.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal merupakan suatu sinyal yang diberikan atau sebuah informasi yang diberikan untuk para pihak eksternal yang merupakan sebuah cerminan dari kondisi perusahaan (Spence, 1973 dalam Luthfiana dan Sapari, 2023). Dapat disimpulkan bahwa teori sinyal merupakan suatu tindakan pihak manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk atau informasi kepada investor atau pihak eksternal lainnya tentang bagaimana manajemen menilai prospek dan kondisi perusahaan.

2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan sebuah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi keahlian perusahaan dalam menghasilkan serta menganalisis keefektifan pengelolaan (Kasmir, 2017 dalam Luthfiana dan Sapari, 2023). Profitabilitas merupakan gambaran yang mengukur seberapa baik perusahaan dapat menghasilkan keuntungan proses operasional yang telah dilaksanakan untuk menjamin kelangsungan perusahaan di masa depan (Manoppo dan Arie, 2016 dalam Reschiwati, et al., 2020). Dari dua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas adalah kemampuan untuk menilai kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, efektivitas pengelolaan, dan dalam menjaga kelangsungan usaha di masa depan

2.3 Likuiditas

Menurut (Murhadi, 2013 dalam Luthfiana dan Sapari, 2023) likuiditas merupakan sebuah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya membayarkan liabilitas jangka pendek dengan tepat waktu. Likuiditas adalah rasio yang berhubungan antara kas dan aset lancar dengan liabilitas lancar perusahaannya (Brigham dan Houston, 2010 dalam Nuradinda dan Tri, 2022). Dari dua pengertian tersebut dapat

disimpulkan bahwa likuiditas mencerminkan sejauh mana perusahaan memiliki sumber daya yang tersedia untuk memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka pendek dengan tepat waktu pada saat jatuh tempo.

2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala yang dapat mengkategorikan seberapa besar suatu perusahaan menurut berbagai faktor, termasuk total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain (Sukanti dan Mia, 2023). Ukuran perusahaan merupakan cerminan total aset perusahaan yang digunakan untuk menjalankan operasi perusahaan (Santini dan I Gde, 2018). Dari dua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan memberikan gambaran mengenai seberapa besar dan kompleks suatu perusahaan berdasarkan berbagai parameter, khususnya total aset yang dimilikinya dalam menjalani usahanya.

2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu kinerja perusahaan yang diperlihatkan melalui harga saham yang terbentuk dari permintaan dan penawaran pasar modal yang mempertimbangkan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009 dalam Nuradinda dan Tri, 2022). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan sebuah penilaian terhadap kinerja suatu perusahaan yang tercermin dari harga pasar saham beredarnya. Jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat, sehingga kesejahteraan perusahaan dan investor pun akan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap operasional perusahaan, tidak hanya pada masa sekarang namun juga pada masa yang akan datang.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan periode dari tahun 2019-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Adapun kriteria yang ditetapkan untuk memperoleh sampel penelitian di antaranya, yaitu:

Tabel 1
Purposive Sampling

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2019-2022	124
2.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang tidak konsisten mempublikasikan laporan keuangan tahunan yang lengkap selama periode penelitian, yaitu 2019-2022	(18)
3.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan dengan matauang rupiah.	(2)
4.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang tidak memiliki ketersediaan terhadap data yang diperlukan untuk membantu penelitian.	(7)
5.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang tidak memiliki laba bersih positif selama periode tahun 2019-2022	(29)
6.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang baru dalam melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (<i>Initial Public Offering/IPO</i>)	(54)
	Jumlah perusahaan yang menjadi sampel	14
	Tahun pengamatan	4
	Total data penelitian	56

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu berupa laporan keuangan tahunan perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs www.idx.co.id dan website resmi masing-masing perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan mengumpulkan data berupa laporan tahunan perusahaan sektor consumer non-cyclicals periode tahun 2019-2022 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs www.idx.co.id dan website resmi masing-masing perusahaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk

mengetahui ketergantungan suatu variabel dependen dengan satu variabel independen atau lebih dengan menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25.

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas. Uji asumsi klasik tersebut secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi tersebut berdistribusi normal atau tidak antara variabel independen dengan variabel dependen. Terdapat dua cara untuk menentukan apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak (Nuradinda dan Tri, 2022), yaitu sebagai berikut:

(1) Uji Grafik Normal Probability Plot (P-Plot)

Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu data yang penyebarannya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka menunjukkan pola distribusi normal, sedangkan data yang penyebarannya menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka tidak menunjukkan pola distribusi normal.

(2) Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S)

Uji statistik ini digunakan untuk mendeteksi normalitas data dengan melihat Asymp. Sig. (2-tailed), jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hasil data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hasil data berdistribusi tidak normal.

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Sari Rizkia Anggita, 2012). Penelitian yang periodenya lebih dari satu tahun biasanya memerlukan uji autokorelasi karena uji autokorelasi hanya dilakukan pada data time series (runtut waktu). Gejala autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan menentukan nilai DW. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel DW untuk mendapatkan batas bawah (DL) dan batas atas (DU) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Terdapat beberapa ketentuan dalam pengambilan keputusan (Nuradinda dan Tri, 2022), yaitu sebagai berikut:

(1) Jika angka DW < -2 , maka terdapat autokorelasi positif.

(2) Jika angka DW di antara -2 hingga $+2$, maka tidak terdapat autokorelasi.

(3) Jika angka DW $> +2$, maka terdapat autokorelasi negatif.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Amelia dan Endah, 2021). Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai dari Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance pada model regresi. Jika nilai Tolerance setiap variabel $> 0,10$ dan jika nilai VIF setiap variabel < 10 maka dapat diartikan tidak terdapat multikolinieritas dan tidak terdapat korelasi antara variabel independen (Dipasti dan Erna, 2022). Uji heteroskedastisitas dapat ditemukan hasilnya menggunakan grafik Scatterplot dengan dasar analisis yaitu jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka diindikasikan terjadinya heteroskedastisitas, namun jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka diindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas (Nuradinda dan Tri, 2022).

Analisis regresi linier berganda berfungsi sebagai model uji dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis. Persamaan analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan (PBV)

α : Konstanta

b_1 : Koefisiensi Korelasi Profitabilitas (ROA) X_1 : Profitabilitas (ROA)

b_2 : Koefisiensi Korelasi Likuiditas (CR) X_2 : Likuiditas (CR)

b_3 : Koefisiensi Korelasi Ukuran Perusahaan (MC) X_3 : Ukuran Perusahaan (MC)

e : Error Term

Pengujian hipotesis juga digunakan untuk mengetahui kebenaran dari pengujian regresi yang dilakukan dalam penelitian ini. Sedangkan Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel. Terdapat beberapa kriteria pengujian dalam uji t yaitu sebagai berikut (Aprilyanti Selvia, 2017):

(1). Jika thitung $>$ ttabel maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel- variabel independen terhadap variabel dependen.

(2). Jika thitung $<$ ttabel maka keputusannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel- variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel. Adapun beberapa kriteria pengujian dalam uji F yaitu sebagai berikut (Aprilyanti Selvia, 2017):

- (1). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- (2). Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka keputusannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan terkait variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Berikut kriteria pengujian dalam uji koefisien determinasi (R^2) (Nuradinda dan Tri, 2022), yaitu:

- (1). Jika nilai R^2 mendekati angka 0 maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.
- (2). Jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka kemampuan variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor consumer non- cyclical. Perusahaan sektor consumer non-cyclical atau barang konsumen primer adalah perusahaan yang melakukan produksi atau distribusi barang dan jasa yang bersifat anti-siklis atau barang primer, di mana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling. Berdasarkan metode tersebut diperoleh sebanyak 14 perusahaan dari 124 perusahaan. Berikut data perusahaan yang dijadikan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, yaitu:

Tabel 2
Daftar Sampel Perusahaan Consumer Non-Cyclicals
Periode Tahun 2019-2022

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	AALI	PT Astra Agro Lestari Tbk.
2.	AMRT	PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.
3.	BISI	PT BISI International Tbk.
4.	CPIN	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
5.	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk.
6.	DSNG	PT Dharma Satya Nusantara Tbk.
7.	GGRM	PT Gudang Garam Tbk.
8.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
9.	LSIP	PT PP London Sumatra Indonesia Tbk.
10.	MIDI	PT Midi Utama Indonesia Tbk.
11.	MYOR	PT Mayora Indah Tbk.
12.	SKBM	PT Sekar Bumi Tbk
13.	SMAR	PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk.
14.	GOOD	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023

Berikut ini adalah tabel hasil olah data untuk variabel independen yaitu profitabilitas (ROA), likuiditas (CR), ukuran perusahaan (MC) dan variabel dependen yaitu nilai perusahaan (PBV) sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Olah Data Variabel Independen (X) dan Variabel Dependen (Y)
Periode Tahun 2019-2022

Kode Perusahaan	Tahun	ROA (X1)	CR (X2)	MC (dalam Rupiah) (X3)	PBV (Y)
AALI	2019	0,009	2,854	28.052.332.453.475	1,478
	2020	0,032	3,313	23.721.783.704.225	1,232
	2021	0,068	1,579	18.284.539.163.500	0,864
	2022	0,061	3,600	15.445.623.872.325	0,694
AMRT	2019	0,047	1,123	36.541.561.496.000	5,308
	2020	0,042	0,885	33.219.601.360.000	4,350
	2021	0,072	0,868	50.452.269.565.500	5,351

	2022	0,095	0,901	110.039.929.505.000	9,593
BISI	2019	0,104	4,140	3.150.000.000.000	1,360
	2020	0,095	5,827	3.090.000.000.000	1,257
	2021	0,122	7,133	2.985.000.000.000	1,094
	2022	0,153	8,800	4.800.000.000.000	1,574
CPIN	2019	0,125	2,538	106.587.000.000.000	5,101
	2020	0,123	2,526	106.996.950.000.000	4,582
	2021	0,102	2,005	97.568.100.000.000	3,879
	2022	0,074	1,784	92.648.700.000.000	3,519
DLTA	2019	0,223	8,050	5.444.481.540.000	4,486
	2020	0,101	7,498	3.522.899.820.000	3,454
	2021	0,144	4,809	2.994.464.847.000	2,964
	2022	0,176	4,564	3.066.524.161.500	3,064
DSNG	2019	0,015	0,818	4.875.927.504.000	1,307
	2020	0,034	1,140	6.465.903.864.000	1,038
	2021	0,054	1,251	5.882.912.532.000	0,837
	2022	0,079	1,069	5.257.521.830.400	0,644
GGRM	2019	0,138	2,062	101.976.664.000.000	2,002
	2020	0,098	2,912	78.887.608.000.000	1,348
	2021	0,062	2,091	58.877.092.800.000	0,993
	2022	0,031	1,904	34.633.584.000.000	0,599
ICBP	2019	0,138	2,536	130.030.274.200.000	4,875
	2020	0,072	2,258	111.662.769.100.000	2,219
	2021	0,067	1,799	101.458.599.600.000	1,847
	2022	0,050	3,097	116.619.080.000.000	2,029
LSIP	2019	0,025	4,697	10.131.952.988.025	1,192
	2020	0,064	4,892	9.381.437.951.875	1,010
	2021	0,084	6,184	8.085.093.798.525	0,793
	2022	0,083	7,197	6.925.206.924.475	0,633
MIDI	2019	0,041	0,778	3.314.705.950.000	2,715
	2020	0,034	0,650	5.548.529.525.000	3,967
	2021	0,043	0,687	6.370.000.130.000	3,820
	2022	0,058	0,763	8.560.588.410.000	4,309
MYOR	2019	0,108	3,440	45.835.334.436.250	4,624
	2020	0,106	3,607	60.592.076.254.750	5,376
	2021	0,061	2,328	45.611.747.439.000	4,015
	2022	0,088	2,621	55.896.749.312.500	4,355
SKBM	2019	0,001	1,330	707.661.318.970	0,683
	2020	0,003	1,361	559.225.042.308	0,581
	2021	0,015	1,311	622.837.158.120	0,628
	2022	0,042	1,442	653.979.016.026	0,609
SMAR	2019	0,032	1,075	11.890.880.535.240	1,088
	2020	0,044	1,296	11.919.602.468.900	0,952
	2021	0,070	1,455	12.522.763.075.760	0,869
	2022	0,129	1,959	14.217.357.161.700	0,739
GOOD	2019	0,086	1,534	11.143.166.239.410	4,029
	2020	0,037	1,767	9.372.066.969.570	3,157
	2021	0,073	1,475	19.371.398.263.875	6,367
	2022	0,071	1,741	19.371.398.263.875	5,780

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

4. PEMBAHASAN

Berikut ini adalah tabel statistik deskriptif yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4
Hasil Uji Statistik Deskriptif
 Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	56	.001	.223	.07507	.044796
CR	56	.650	8.800	2.73793	2.065795
MARKET CAPITALIZATION	56	559225042308	130030274200000	33640097456304.98	39172605762515.310
PBV	56	.581	9.593	2.62916	1.976534
Valid N (listwise)	56				

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan dengan Return On Assets (ROA) memiliki nilai minimum sebesar 0,01 yang dimiliki oleh PT Sekar Bumi Tbk pada tahun 2019, dengan nilai maksimum ROA adalah sebesar 0,223 yang dimiliki oleh PT Delta Djakarta Tbk pada tahun 2019. Nilai rata-rata (mean) ROA sebesar 0,07507 dengan standar deviasi sebesar 0,044796 yang berarti adanya perbedaan dari nilai variabel ROA dengan rata ratanya 0,044796. Variabel likuiditas yang diproksikan dengan Current Ratio (CR) memiliki nilai minimum sebesar 0,650 yang dimiliki oleh PT Midi Utama Indonesia Tbk pada tahun 2020, dengan nilai maksimum CR adalah sebesar 8,800 yang dimiliki oleh PT BISI International Tbk pada tahun 2022. Nilai rata-rata (mean) CR sebesar 2,73793 dengan standar deviasi sebesar 2,065795 yang berarti adanya perbedaan dari nilai variabel CR dengan rata ratanya 2,065795.

Market Capitalization adalah sebesar Rp130.030.274.200.000 yang dimiliki oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2019. Nilai rata-rata (mean) Market Capitalization sebesar Rp33.640.097.456.304,98 dengan standar deviasi sebesar Rp39.172.605.762.515,310 yang berarti adanya perbedaan dari nilai variabel Market Capitalization dengan rata ratanya Rp39.172.605.762.515,310. Variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV) memiliki nilai minimum sebesar 0,581 yang dimiliki oleh PT Sekar Bumi Tbk pada tahun 2020, dengan nilai maksimum PBV adalah sebesar 9,593 yang dimiliki oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk pada tahun 2022. Nilai rata-rata (mean) PBV sebesar 2,62916 dengan standar deviasi sebesar 1,976534 yang berarti adanya perbedaan dari nilai variabel PBV dengan rata ratanya 1,976534.

4.1 Uji Normalitas

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60683704
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.055
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov pada tabel diatas, diketahui nilai One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang menunjukkan bahwa nilainya lebih

besar dari 0,05 atau $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini berdistribusi normal dan memenuhi kriteria uji normalitas.

4.2 Uji Autokorelasi

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.556 ^a	.310	.270	1.689117	.769

a. Predictors: (Constant), MARKET CAPITALIZATION, CR, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,769 yang artinya nilai tersebut berada pada rentang nilai -2,00 dan +2,00 yaitu $-2,00 < 0,769 < +2,00$ yang menunjukkan bahwa model tersebut tidak terdapat autokorelasi.

4.3 Uji Multikolinieritas

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.667	.483		3.449	.001		
	ROA	21.147	6.836	.479	3.093	.003	.553	1.808
	CR	-.374	.147	-.391	-2.550	.014	.566	1.767
	MARKET CAPITALIZATION	1.183E-14	.000	.234	1.814	.075	.795	1.258

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dari masing-masing variabel independen lebih dari 0,10 yaitu ROA sebesar 0,553; CR sebesar 0,566; dan *Market Capitalization* sebesar 0,795. Selain itu, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen memiliki nilai masing- masing kurang dari 10, yaitu ROA sebesar 1,808; CR sebesar 1,767; dan *Market Capitalization* sebesar 1,258. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas dan tidak terdapat korelasi antara variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.667	.483		3.449	.001
	ROA	21.147	6.836	.479	3.093	.003
	CR	-.374	.147	-.391	-2.550	.014
	MARKET CAPITALIZATION	1.183E-14	.000	.234	1.814	.075

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas dapat diketahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dan diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$PBV = 1,667 + 21,147ROA - 0,374CR + 0,000000000000001183MC + e$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut, diperoleh nilai konstanta (α) sebesar 1,667. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri atas profitabilitas (ROA), likuiditas (CR), dan ukuran perusahaan (*Market Capitalization*) dianggap bernilai konstan maka nilai perusahaan (PBV) sebagai variabel dependen sebesar 1,667.
2. Nilai profitabilitas (ROA) sebesar 21,147. Nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan searah (berpengaruh) antara variabel profitabilitas (ROA) dengan nilai perusahaan (PBV). Hal ini dapat diinterpretasikan jika profitabilitas (ROA) mengalami kenaikan maka nilai perusahaan (PBV) akan mengalami kenaikan. Begitupun sebaliknya, jika profitabilitas (ROA) mengalami penurunan maka nilai perusahaan (PBV) akan mengalami penurunan.
3. Nilai likuiditas (CR) sebesar -0,374. Nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan adanya hubungan tidak searah (tidak berpengaruh) antara variabel likuiditas (CR) dengan nilai perusahaan (PBV). Hal ini dapat diinterpretasikan jika likuiditas (CR) mengalami kenaikan maka nilai perusahaan (PBV) akan mengalami penurunan. Begitupun sebaliknya, jika likuiditas (CR) mengalami penurunan maka nilai perusahaan (PBV) akan mengalami kenaikan.
4. Nilai ukuran perusahaan (*Market Capitalization*) sebesar 0.00000000000001183. Nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan searah (berpengaruh) antara variabel ukuran perusahaan (MC) dengan nilai perusahaan (PBV). Hal ini dapat diinterpretasikan jika ukuran perusahaan (MC) mengalami kenaikan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan. Begitupun sebaliknya, jika ukuran perusahaan (MC) mengalami penurunan maka nilai perusahaan (PBV) akan mengalami penurunan.

4.5 Uji T (Uji Parsial)

Tabel 9
Hasil Uji T (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.667	.483		3.449	.001
	ROA	21.147	6.836	.479	3.093	.003
	CR	-.374	.147	-.391	-2.550	.014
	MARKET CAPITALIZATION	1.183E-14	.000	.234	1.814	.075

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. ROA mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,003 < \alpha = 0,05$. Diketahui thitung sebesar 3,093 dan ttabel sebesar 2,008 yang berarti bahwa thitung > ttabel. Hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa ROA mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi linier sebesar 21,147 bertanda positif sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.
2. Pengaruh Likuiditas (CR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa likuiditas yang diproksikan dengan CR secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. CR mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,014 < \alpha = 0,05$. Diketahui thitung sebesar -2,550 dan ttabel sebesar 2,008 yang berarti bahwa thitung < ttabel. Hal ini berarti Ho diterima dan Ha ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa CR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi linier sebesar -0,374 bertanda negatif sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak.
3. Pengaruh Ukuran Perusahaan (MC) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *Market Capitalization* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Market Capitalization* mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,075 > \alpha = 0,05$. Diketahui thitung sebesar 1,814 dan ttabel sebesar 2,008 yang berarti bahwa thitung < ttabel. Hal ini berarti Ho diterima dan Ha ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa *Market Capitalization* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi linier sebesar 0,00000000000001183 bertanda positif sehingga H3 ditolak.

4.6 Uji F (Uji Simultan)

Tabel 10
Hasil Uji F (Uji Simultan)
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66.506	3	22.169	7.770	.000 ^b
	Residual	148.362	52	2.853		
	Total	214.868	55			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), MARKET CAPITALIZATION, CR, ROA

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas dapat diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti $0,000 < \alpha = 0,05$. Sedangkan untuk nilai Fhitung sebesar 7,770 dan Ftabel sebesar 2,78 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa ROA, CR, dan *Market Capitalization* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV.

4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.310	.270	1.689117

a. Predictors: (Constant), MARKET CAPITALIZATION, CR, ROA

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel diatas diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,270 (27%). Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel nilai perusahaan (PBV) dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas (ROA), likuiditas (CR), dan ukuran perusahaan (MC) sebesar 27% sedangkan sisanya sebesar 73% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.8 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan menggunakan ROA berpengaruh positif atau searah dengan nilai perusahaan sebesar 21,147. Hal ini menunjukkan jika profitabilitas yang diproksikan dengan menggunakan ROA meningkat sebesar 1% maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 21,147. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan menggunakan ROA mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,003 < \alpha = 0,05$. Diketahui t_{hitung} sebesar 3,093 dan t_{tabel} sebesar 2,008 yang berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.

Hasil uji hipotesis pertama menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya jika ROA meningkat, maka nilai perusahaan juga meningkat. Uji analisis menunjukkan bahwa profitabilitas yang ditentukan oleh ROA memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan yaitu semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin efisien manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari asetnya. Akibatnya, perusahaan dapat mengirimkan sinyal positif kepada investor dan membujuk mereka untuk membeli saham perusahaan. Semakin banyak investor yang membeli saham, maka harga saham perusahaan akan naik, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas mencerminkan efisiensi operasional, keunggulan kompetitif, dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan sehingga mampu memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu dengan Damayanti dan Ni (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.9 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa likuiditas yang diprosikan dengan menggunakan CR berpengaruh negatif atau tidak searah dengan nilai perusahaan sebesar $-0,374$. Hal ini menunjukkan jika likuiditas yang diprosikan menggunakan CR meningkat sebesar 1% maka dapat menurunkan nilai perusahaan sebesar $0,374$. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa likuiditas yang diprosikan dengan menggunakan CR mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,014 < \alpha = 0,05$. Diketahui t_{hitung} sebesar $-2,550$ dan t_{tabel} sebesar $2,008$ yang berarti bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa likuiditas secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa likuiditas yang diprosikan dengan CR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi likuiditas maka nilai perusahaan akan semakin menurun. CR yang terlalu tinggi juga kurang bagus karena nilai CR yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki dana tidak aktif yang berlebihan atau terdapat modal yang menganggur sehingga modal tersebut terhenti di aktivalancarnya dan berakibat untuk berpengaruh rendah terhadap kenaikan nilai perusahaan. Dalam hal ini, likuiditas yang tinggi dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sehingga akan berpengaruh juga pada penurunan produktivitasnya. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak menggunakan aset lancarnya secara efektif.

Saham dengan likuiditas yang tinggi dapat mempermudah investor dalam menjual dan membeli saham tersebut, namun likuiditas yang tinggi belum tentu menjamin utang dapat dibayarkan karena aktivitas utang lancar yang bernilai cukup besar lebih didominasi oleh komponen piutang yang tidak tertagih. Makadari itu, likuiditas tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa likuiditas secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.10 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diprosikan menggunakan *Market Capitalization* berpengaruh positif atau searah dengan nilai perusahaan sebesar $0,0000000000000001183$. Hal ini menunjukkan jika ukuran perusahaan yang diprosikan dengan menggunakan *Market Capitalization* meningkat sebesar 1% maka dapat meningkatkan nilai perusahaan sebesar $0,0000000000000001183$. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diprosikan dengan menggunakan *Market Capitalization* mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,075 > \alpha = 0,05$. Diketahui t_{hitung} sebesar $1,814$ dan t_{tabel} sebesar $2,008$ yang berarti bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diprosikan dengan *Market Capitalization* (MC) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya jika MC meningkat, maka nilai perusahaan juga meningkat. Ukuran perusahaan yang diprosikan dengan MC menunjukkan bahwa semakin tinggi MC maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap pergerakan indeks harga saham. Ketika indeks harga saham naik, dapat memberikan sinyal positif bagi investor mengenai kondisi ekonomi yang baik, kinerja perusahaan yang kuat, dan prospek pertumbuhan yang positif sehingga investor cenderung lebih tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang membeli saham pada suatu perusahaan maka harga saham perusahaan akan naik, yang pada akhirnya akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan.

Dari hasil analisis, ukuran suatu perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan (MC) bukan menjadi faktor utama bagi investor dalam menilai suatu perusahaan. MC akan berubah seiring dengan pergerakan harga saham perusahaan di pasar modal yang bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor pasar yang bersifat jangka pendek, seperti sentimen investor, berita ekonomi, atau peristiwa-peristiwa tertentu. Selain itu, ukuran perusahaan yang dianggap besar dalam suatu perusahaan mungkin berbeda dengan ukuran yang dianggap besar dalam perusahaan lain. Dengan demikian, investor perlu melihat faktor-faktor lain untuk menilai suatu perusahaan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.11 Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji F diperoleh tingkat signifikansi sebesar $0,001$ yang berarti $0,001 < \alpha = 0,05$. Sedangkan untuk nilai F_{hitung} sebesar $6,520$ dan F_{tabel} sebesar $2,78$ yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan

ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.

Secara bersama-sama, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang kompleks terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi cenderung berdampak positif pada nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang konsisten dan tinggi memiliki potensi untuk memberikan keuntungan kepada pemegang saham dan investor, serta mencerminkan kinerja operasional yang baik dan efisiensi perusahaan. Likuiditas yang baik juga dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi dapat dengan mudah memenuhi kewajiban keuangan, membayar utang, dan mengatasi situasi keuangan yang sulit. Hal ini dapat memberikan kepercayaan kepada investor dan pihak eksternal lainnya yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan pun dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Pada umumnya, perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses yang lebih baik ke pasar modal dan peluang bisnis sehingga mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor yang nantinya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Profitabilitas yang diproksikan dengan menggunakan ROA (*Return On Assets*) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang dilihat dari ROA suatu perusahaan memiliki hubungan yang searah dengan nilai perusahaan karena apabila laba yang dihasilkan berjumlah besar atau meningkat maka nantinya berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Besar atau kecilnya laba yang dihasilkan dari pengelolaan aset (ROA) yang dimiliki oleh perusahaan akan memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan karena ROA yang tinggi menunjukkan perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar.
2. Likuiditas yang diproksikan dengan menggunakan CR (*Current Ratio*) secara parsial memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Hal ini menunjukkan bahwa likuiditas yang dilihat dari CR memiliki hubungan tidak searah dengan nilai perusahaan. Suatu perusahaan yang memiliki nilai CR tinggi menunjukkan bahwa memiliki likuiditas yang baik, karena perusahaan memiliki hutang jangka pendek yang tinggi. Namun, likuiditas (CR) bukanlah faktor utama dalam menentukan nilai suatu perusahaan sehingga likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.
3. Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan menggunakan MC (*Market Capitalization*) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari nilai kapitalisasi pasar memiliki hubungan searah dengan nilai perusahaan. Nilai kapitalisasi pasar memberikan gambaran mengenai seberapa besar perusahaan dihargai oleh pasar modal. Semakin besar nilai kapitalisasi pasar, maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin memiliki akses yang luas untuk memperoleh dana dari investor karena perusahaan yang berukuran besar membuat investor tertarik dan percaya pada prospek perusahaan tersebut kedepannya. Dengan demikian, hubungan positif ini akan memengaruhi nilai perusahaan yang di mana jika semakin besar ukuran perusahaan yang diproksikan dengan nilai kapitalisasi pasar maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Namun, untuk pengaruhnya tidak signifikan terhadap nilai perusahaan karena ukuran perusahaan bukan merupakan faktor utama dalam memengaruhi nilai perusahaan.
4. Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan cara yang saling terkait. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan keunggulan kompetitif dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang berkelanjutan, sementara likuiditas yang baik memberikan perlindungan terhadap risiko keuangan dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan. Ukuran perusahaan yang lebih besar mencerminkan skala operasi, pangsa pasar, dan akses ke sumber daya yang lebih baik. Dengan demikian, ketiga faktor ini dapat memberikan dampak positif karena ketika profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini dikarenakan ketiga faktor tersebut saling berkaitan dan memberi kontribusi yang cukup untuk memengaruhi nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran agar penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya, serta peneliti selanjutnya dapat menambah variabel sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk pihak perusahaan dalam upaya meningkatkan kinerjanya guna mencapai tujuan seperti kelangsungan hidup perusahaan maupun pihak eksternal seperti investor untuk berinvestasi di perusahaan sektor consumer non-cyclicals.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abas, D., dan Damayanti, 2023. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan”, Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 2, No. 2 : 141-151.
- [2] Amelia, A. M., dan Endah, S., 2021. “Pengaruh Kebijakan Hutang, Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”, Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 10, No. 6 : 1-16.
- [3] Andayani, M., dan Lilis, A., 2016. “Analisis Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas terhadap Perubahan Laba”, Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 5, No. 7 : 1-19.
- [4] Bitu, F. Y., Sri, H., dan Alfiatul, M., 2021. “Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”, Jurnal Syntax Transformation, Vol. 2, No.3 : 298-306.
- [5] Damayanti, N. M. E., dan Ni, P. A. D., 2022. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Transportasi dan Logistik”, E-Jurnal Manajemen, Vol. 11, No. 8: 1462-1482. Dewi, K. Y., dan Henny, R., 2020. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan.Dividen.terhadap Nilai Perusahaan Sektor.Industri Barang Konsumsi di BEI”, E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 4 : 1252-1272.
- [6] Dewi, N. L. P. S. U., dan I Gede, M. S., 2019. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Return Saham pada Perusahaan Food and Beverage”, E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 2 : 7892-7921.
- [7] Dewi, N. S. A., dan Bambang, H. S., 2019. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Ritel di BEI”, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 8, No. 7: 1-16.
- [8] Dwicahyani, D., Paulina, V. R., dan Arrazi, B. H. J., 2022. “Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Consumer Non- Cyclical”, Jurnal EMBA, Vol. 10, No. 4 : 275-286.
- [9] Hadi, N., dan Johny, B., 2023. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen”, Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, Vol. 7, No. 2 : 160-168.
- [10] Hendarsih, I., dan Sri, H., 2020. “Penggolongan Saham Blue Chip Berdasarkan Kapitalisasi Pasar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020”, Jurnal Akrab Juara, Vol. 5, No. 2 : 115-133.
- [11] Janie, D. N. A. (2012). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS. Semarang: Semarang University Press. Tersedia dari chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.usm.ac.id/files/bookusm/B208/20170519022209-Statistik-Deskriptif-&-Regresi-Linier-Berganda-dengan-SPSS.pdf. Diakses pada 18 November 2023.
- [12] Khayati, A., Roro, D. P. S., dan Axel, G., 2022. “Nilai Tambah Modal Manusia dan Keberlangsungan Bisnis Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals”, Borobudur Management Review, Vol. 2, No. 2 : 169-189.
- [13] Koesrawaty, P., dkk., 2023. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, Jurnal Sistem Informasi & Manajemen, Vol. 11, No. 1 : 170-183.
- [14] Lubis, I. L., Bonar, M. S., dan Hendro, S., 2017. “Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan”, Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 3, No. 3 : 458-465.
- [15] Lumoly, S. Sri, M., Victoria, N. U., 2018. “Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan DAN Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”, Jurnal EMBE, Vol. 6, No. 3 : 1108-1117.
- [16] Luthfiana, D., dan Sapari, 2023. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”, Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol. 12, No. 7 : 1-17.
- [17] Naibaho, A. T., 2013. “Analisis Pengendalian Internal Persediaan Bahan Baku terhadap Efektifitas Pengelolaan Persediaan Bahan Baku”, Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 3 : 63-70.
- [18] Nisa, T., 2020. “Analisis Rasio Keuangan pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI 2016-2019”, Finansia, Vol. 3, No. 1 : 63-74.

- [19] Nugraheni, B. D., dan Cyrillius, M., 2023. "Relevansi Nilai Informasi Akuntansi (Book Value dan EPS) dan Ukuran Perusahaan Berdasarkan Nilai Kapitalisasi Pasar (Studi pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)", *Media Mahardhika*, Vol. 21, No. 2 : 245-259.
- [20] Nuradinda, T. F., dan Tri, Y., 2022. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 11, No. 8 : 1-18.
- [21] Nurrahman, T., Diamonalisa, S., dan Edi, S., 2018. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan", *Prosiding Akuntansi*, Vol. 4, No. 2 : 882-886.
- [22] Oktari, R. A., Gustia, H., dan Erita., 2023. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021", *Surplus : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2 : 328-339.
- [23] Oktaviarni, F., Yetty, M., dan Bambang, S., 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Ukuran terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Real Estate, Properti, dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016)", *Jurnal Akuntansi*, Vol. 9, No. 1 : 1-16.
- [24] Santini, N. L. K. A., dan I Gde, K. B., 2018. "Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas Perusahaan Tekstil dan Garmen", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 12 : 6502-6531.
- [25] Sari, R. A., 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Nominal*, Vol. 1, No. 1 : 124-140.
- [26] Sianturi, M. W. E., 2015. "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI", *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 2 : 282-296.
- [27] Situmorang, R., dan Jojor, L. S., 2020. "Analisis Rasio Profitabilitas Pada PT PP Properti Tbk", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Budgeting*, Vol. 1, No. 1 : 24-31.
- [28] Solma., Useldeli., dan Diwantara, V., 2023. "Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Maisyatuna*, Vol. 4, No. 3 : 110-127.
- [29] Stevano, L., dan Agustin, E., 2021. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, Vol. 3, No. 1 : 92-100.
- [30] Sudiani, N. K. A., dan Ni, P. A. D., 2016. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan Investment Opportunity Set terhadap Nilai Perusahaan", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 7 : 4545-4574.
- [31] Sukanti, A. T. W., dan Mia, I. R., 2023. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan", *JIAKu: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 1 : 49-62.
- [32] Suryani, F., dan Zulfadli, H., 2020. "The Effect of Current Ratio, Quick Ratio, and Debt To Equity Ratio on Profit of Consumption Industry Companies", *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol. 1, No. 1 : 25-37.
- [33] Yanti, I. G. A. D. N., dan Ni, P. A. D., 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman", *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 4 : 2297-2324.