

**PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman
dan Kosmetik dan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode
2016-2020)**

Eliya Ayu Rossalita¹, Rilla Gantino²

Program Studi Akuntansi, Universitas Esa Unggul

Email korespondensi: eliyayurossalita@gmail.com

Email: rilla.gantino@esaunggul.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the Effect of Profitability, Solvency and Company Size on Company Value Empirical Study on Food and Beverage and Cosmetics and Household Sub-Sector Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2020 Period. Profitability is measured using Return on Assets (ROA) which uses the formula EBIT (Earnings Before Interest and Tax) divided by total assets. Solvency is proxied by the Debt to Equity Ratio (DER) measured using total debt divided by total capital. And Company Size is proxied by Size measured using the natural logarithm of total sales. While the Company Value in this study is proxied by Price to Book Value (PBV) with the stock price formula divided by the book value per share. The method used in this study is a saturated sample technique where all members of the population are used as samples. Using several predetermined criteria, this study amounted to 18 food and beverage companies and 5 cosmetic and household companies so that the total sample was 23 companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020. The type of data used in this study is secondary data sourced from financial statements and annual reports. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of hypothesis testing show that simultaneously Profitability, Solvency, and Company Size have a significant effect on Company Value. Partially, profitability has a positive and significant effect on Company Value in food and beverage sub-sector companies and cosmetics and household sub-sector companies. Solvency does not have a significant effect on Company Value in food and beverage sub-sector companies, while Solvency has a positive and significant effect on Company Value in cosmetics and household sub-sector companies. Company Size has a positive and significant effect on Company Value in food and beverage sub-sector companies, while Company Size has a negative and significant effect on Company Value in cosmetics and household sub-sector companies.

Keywords: Company Size, Company Value, Profitability, Solvency.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Dan Kosmetik dan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. Profitabilitas diukur menggunakan Return on Assets (ROA) yang menggunakan rumus EBIT (Earning Before Interest and Tax) dibagi dengan total asset. Solvabilitas diproksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER) diukur dengan menggunakan total utang dibagi dengan total modal. Dan Ukuran Perusahaan diproksikan dengan Size diukur menggunakan logaritma natural total penjualan. Sedangkan Nilai Perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan Price to Book Value (PBV) dengan rumus harga saham dibagi dengan nilai buku per lembar saham. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dengan menggunakan beberapa kriteria yang telah ditentukan maka penelitian ini berjumlah 18 perusahaan makanan dan minuman dan 5 perusahaan kosmetik dan rumah tangga sehingga total sampel sebanyak 23 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan dan laporan tahunan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara parsial Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman dan perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga. Solvabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman, sedangkan Solvabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman, sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan persepsi penting bagi investor terhadap tingkat keberhasilan sebuah perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Hery, 2017:2). Semakin tingginya harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan sehingga calon investor tertarik menanamkan investasinya, karena melihat prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Salah satu yang dapat menentukan nilai perusahaan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan adalah rasio profitabilitas (Permana & Rahyuda, 2018).

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2016:196). Profitabilitas dapat diukur dengan rasio *Return on Asset* (ROA) sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia pada Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP menyatakan bahwa faktor profitabilitas diukur dengan rasio *Return on Asset* (ROA).

Return on Asset merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Sutrisno, 2017:213). Setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan rasio *Return on Asset* (ROA) nya karena semakin tinggi *Return on Asset* (ROA) maka akan semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset (Wijaya, 2019).

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa perusahaan akan terus meningkatkan profitabilitasnya. Salah satu cara meningkatkan profitabilitas adalah melakukan pengembangan usaha. Untuk melakukan pengembangan usaha, perusahaan memerlukan modal. Sumber modal perusahaan dapat dibagi menjadi 2 (dua) yaitu dari sumber internal maupun dari sumber eksternal. Sumber dana internal berasal dari laba yang ditahan sedangkan sumber dana eksternal berupa hutang dan penerbitan saham (Nahak, 2017). Selanjutnya dijelaskan pula bahwa terlalu banyak hutang akan dapat menghambat perkembangan perusahaan yang juga akan membuat pemegang saham berpikir dua kali untuk tetap menanamkan modalnya.

Perusahaan harus berhati-hati dalam memilih sumber modalnya, karena salah satu penilaian kinerja keuangan dari perusahaan adalah dengan menghitung tingkat solvabilitas. Solvabilitas berperan penting bagi investor untuk mengetahui perbandingan beban utang perusahaan secara keseluruhan terhadap asset atau ekuitasnya (Khikmah, 2020). Selanjutnya dijelaskan pula bahwa jika perusahaan memiliki tingkat solvabilitas yang tinggi maka bisa membuat calon investor enggan untuk berinvestasi, karena beresiko akan mengalami kebangkrutan. Sebaliknya jika perusahaan memiliki solvabilitas yang rendah maka resiko yang dialami pun relatif lebih kecil. Solvabilitas dapat diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) dipilih karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan yang digunakan sebagai sumber pendanaan usaha (Putra & Wahyuni, 2021).

Debt to Equity Ratio (DER) yaitu rasio yang digunakan untuk menilai hutang dan ekuitas. Maka dijelaskan pula semakin besar DER maka akan semakin kecil laba yang dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan (Permana & Rahyuda, 2018). Ukuran perusahaan dapat diukur dengan logaritma natural dari total penjualan. Logaritma total

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



penjualan ini dipilih karena semakin besar total penjualan suatu perusahaan akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat (Denziana & Monica, 2016).

Return on Asset merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Sutrisno, 2017:213). Setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan rasio *Return on Asset* (ROA) nya karena semakin tinggi *Return on Asset* (ROA) maka akan semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset (Wijaya, 2019).

Perusahaan harus berhati-hati dalam memilih sumber modalnya, karena salah satu penilaian kinerja keuangan dari perusahaan adalah dengan menghitung tingkat solvabilitas. Solvabilitas berperan penting bagi investor untuk mengetahui perbandingan beban utang perusahaan secara keseluruhan terhadap asset atau ekuitasnya (Khikmah, 2020). Selanjutnya dijelaskan pula bahwa jika perusahaan memiliki tingkat solvabilitas yang tinggi maka bisa membuat calon investor enggan untuk berinvestasi, karena beresiko akan mengalami kebangkrutan. Sebaliknya jika perusahaan memiliki solvabilitas yang rendah maka resiko yang dialami pun relatif lebih kecil. Solvabilitas dapat diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) dipilih karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan yang digunakan sebagai sumber pendanaan usaha (Putra & Wahyuni, 2021).

Debt to Equity Ratio (DER) yaitu rasio yang digunakan untuk menilai hutang dan ekuitas. Maka dijelaskan pula semakin besar DER maka akan semakin kecil laba yang dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan (Permana & Rahyuda, 2018). Selain DER, faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan (*firm size*). Ukuran perusahaan ialah suatu rata-rata dari total penjualan bersih pada periode tertentu (Mufidah & Utiyati, 2021). Didalam hal ini, keputusan dalam pendanaan pun sangatlah penting karena semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan, agar keputusan pendanaan tersebut dapat mengoptimalkan nilai perusahaan (Siswanti & Ngumar, 2019).

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan logaritma natural dari total penjualan. Logaritma total penjualan ini dipilih karena semakin besar total penjualan suatu perusahaan akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan dikenal masyarakat (Denziana & Monica, 2016).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan rasio *Price Book Value* (PBV). *Price Book Value* mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Putra & Wahyuni, 2021). Perusahaan yang tumbuh atau berkembang maka perusahaan tersebut akan mencapai tingkat tujuan didirikannya perusahaan tersebut. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya (Farizki et al., 2021).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain: kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, kebijakan hutang, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas (Mutammimah, 2019). Namun, dipenelitian ini lebih di fokuskan pada faktor profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan data index saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), maka dari beberapa perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga maka menunjukkan perbandingan ROA, DER, dan Size terhadap PBV maka rata-rata dari rasio berfluktuatif pertahunnya. Hal ini yang membuat penulis perlunya membuat penelusuran atas faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi nilai rasio yang berfluktuatif tersebut. Berikut ini adalah data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020.

Secara konsep hubungan antara profitabilitas (ROA) dengan nilai perusahaan (PBV) adalah positif, dimana saat ROA mengalami peningkatan maka akan diikuti pula dengan kenaikan nilai PBV. Berdasarkan pada tabel 1 terlihat bahwa PT. Mayora Indah Tbk (MYOR) terjadi penurunan ROA pada tahun 2019-2020 dari 14,20 menjadi 13,57 namun diikuti dengan kenaikan nilai PBV dari 4,63 menjadi 5,38. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang menyatakan bahwa meningkatnya nilai ROA maka nilai PBV akan meningkat pula. Hasil penelitian yang dilakukan oleh

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



SINTA 5

PKP|INDEX



P.S Komala (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk (ULTJ) pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan nilai DER dari 1,06 menjadi 0,92 namun diikuti penurunan nilai PBV dari 6,86 menjadi 4,63. Hal ini tidak sesuai dengan konsep yang menyatakan bahwa semakin tinggi nilai DER maka nilai PBV semakin rendah. Sebaliknya, jika semakin rendah nilai DER maka nilai PBV semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Permana & Rahyuda (2018) menunjukkan bahwa nilai solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut A Luthfiana (2018) menunjukkan bahwa nilai solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PT. Delta Djakarta Tbk (DLTA) pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan nilai SIZE dari 20,61 menjadi 20,53 namun diikuti dengan kenaikan nilai PBV dari 3,43 menjadi 4,49. Hal ini juga tidak sesuai dengan konsep bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan sehingga jika pertumbuhan perusahaan semakin tinggi maka akan memperoleh kemudahan memasuki pasar modal dan mendapatkan respon positif dari investor terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Denziana & Monica (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Secara konsep hubungan antara profitabilitas (ROA) dengan nilai (PBV) adalah positif, dimana saat ROA mengalami kenaikan maka akan diikuti pula dengan kenaikan nilai PBV. Berdasarkan pada tabel 2 pada sub sektor industri kosmetik dan rumah tangga terlihat bahwa PT. Kino Indonesia Tbk (KINO) terjadi peningkatan ROA pada tahun 2018-2019 dari 5,57 menjadi 13,54 namun diikuti dengan penurunan nilai PBV dari 1,83 menjadi 1,81. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang menyatakan bahwa meningkatnya nilai ROA maka nilai PBV akan meningkat pula. Hasil penelitian yang dilakukan oleh P.S Komala (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT) pada tahun 2019-2020 mengalami kenaikan nilai DER dari 0,45 menjadi 0,63 dan diikuti pula dengan kenaikan nilai PBV dari 0,18 menjadi 0,21. Hal ini tidak sesuai dengan konsep yang menyatakan bahwa semakin tinggi nilai DER maka nilai PBV semakin rendah. Sebaliknya jika semakin rendah nilai DER maka nilai PBV semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Permana & Rahyuda (2018) menunjukkan bahwa nilai solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut A. Luthfiana (2018) menunjukkan bahwa nilai solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PT. Martina Berto Tbk (MBTO) pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan nilai SIZE dari 26,94 menjadi 27,01 namun diikuti dengan penurunan nilai PBV dari 0,45 menjadi 0,43. Hal ini juga tidak sesuai dengan konsep bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Sehingga jika pertumbuhan perusahaan semakin tinggi maka akan memperoleh kemudahan memasuki pasar modal dan mendapatkan respon positif dari investor terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Denziana & Monica (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang menjadikan motivasi peneliti pada penelitian ini adalah: Yang pertama, adanya *research gap* atau ketidak konsistenan hasil penelitian terhadap variabel yang dipilih. Yang kedua, terkait dengan adanya relevansi informasi maka kandungan informasi akuntansi merupakan isu yang sangat penting dibahas agar suatu informasi akuntansi dapat dikatakan bermanfaat bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi dengan tujuan untuk memperoleh laba dari aktivitas entitas tersebut. Maka peneliti ingin membuktikan serta membandingkan apakah profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman dan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.

METODE

Penelitian ini bersifat kaulitas, yaitu penelitian yang mencari pengaruh atau hubungan sebab akibat, yang mana variabel yang mempengaruhi (X) terhadap variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi (Y). penelitian ini menjelaskan mengenai Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen (Y) yang dipengaruhi oleh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen (X).

Berdasarkan jenis datanya penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Data kuantitatif

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



tersebut berupa data keuangan perusahaan yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang telah diaudit dan dipublikasikan perusahaan makanan dan minuman dan kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data-data tersebut diperoleh dari berbagai sumber, yaitu situs web Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman dan perusahaan kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020 yang berjumlah 23 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah Perusahaan Makanan dan Minuman dan Perusahaan Kosmetik dan Rumah Tangga periode 2016-2020. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017:85) mengemukakan bahwa teknik *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sedikit atau kecil.

PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1: Hasil Uji Statistik Deskriptif Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2016-2020

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	90	-14.78	73.01	11.4761	16.46472
DER	90	-2.13	5.37	.9097	.86439
SIZE	90	13.42	30.85	22.8411	6.13036
PBV	90	-.51	279.14	9.0144	32.45176
Valid N (listwise)	90				

Sumber: Data diolah

Hasil analisis deskriptif diatas menggambarkan jumlah sampel sebanyak 90 dari 18 perusahaan sepanjang 5 tahun dari tahun 2016-2020 dengan variabel independen Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan dan variabel dependen Nilai Perusahaan. Variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV dari 90 data sampel perusahaan sub sektor makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar -0.51 pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk tahun 2018, nilai maksimum sebesar 279.14 pada PT Inti Agri Resources Tbk tahun 2017 dan nilai rata-rata sebesar 9.0144 serta standar deviasi sebesar 32.45176.

Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA dari 90 data sampel perusahaan sub sektor makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar -14.78 pada PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk tahun 2020, nilai maksimum sebesar 73.01 pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk tahun 2019 dan nilai rata-rata sebesar 11.4761 serta memiliki standar deviasi sebesar 16.46472. Melalui jumlah sampel yang sama, variabel solvabilitas yang diproksikan dengan DER perusahaan sub sektor makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar -2.13 pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk tahun 2019, nilai maksimum sebesar 5.37 pada PT Prasadha Aneka Niaga Tbk tahun 2020 dan nilai rata-rata sebesar 0.9097 serta memiliki standar deviasi sebesar 0.86439.

Melalui jumlah variabel yang sama, variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan SIZE total penjualan perusahaan sub sektor makanan dan minuman memiliki nilai minimum sebesar 13.42 pada PT Akasha Wira International Tbk tahun 2020, nilai maksimum sebesar 30.85 pada PT Mayora Indah Tbk tahun 2019, dan nilai rata-rata sebesar 22.8411 serta memiliki standar deviasi sebesar 6.13036.

Tabel 2: Hasil Uji Statistik Deskriptif Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga Tahun 2016-2020

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	25	-23.94	62.42	10.5760	22.66637
DER	25	.23	3.16	.9904	.89829
SIZE	25	17.51	29.17	25.7088	4.27281
PBV	25	.12	69.05	13.2668	25.24740
Valid N (listwise)	25				

Sumber: Data diolah

Dari hasil analisis deskriptif diatas menggambarkan jumlah sampel sebanyak 25 dari 5 perusahaan sepanjang 5 tahun 2016-2020 dengan variabel independen Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan dan variabel dependen Nilai Perusahaan.

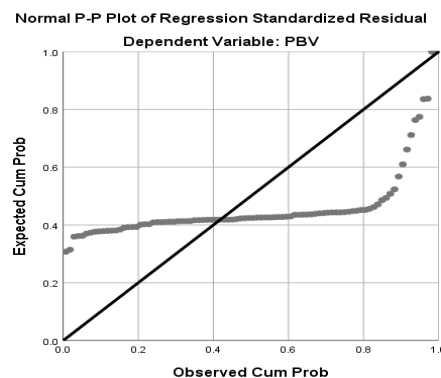
Variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV dari 25 data sampel perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga memiliki nilai minimum sebesar 0.12 pada PT Martina Berto Tbk tahun 2020, nilai maksimum sebesar 69.05 pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2016, memiliki nilai rata-rata sebesar 13.2668 dan memiliki standar deviasi sebesar 25.24740. Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA dari 25 data sampel perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga memiliki nilai minimum sebesar -23.94 pada PT Martina Berto Tbk tahun 2018, nilai maksimum sebesar 62.42 pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2018, memiliki nilai rata-rata sebesar 10.5760 dan memiliki standar deviasi sebesar 22.66637.

Melalui jumlah sampel yang sama, variabel solvabilitas yang diproksikan dengan DER perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga memiliki nilai minimum sebesar 0.23 pada PT Mandom Indonesia Tbk tahun 2016, nilai maksimum sebesar 3.16 pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2020, memiliki nilai rata-rata 0.9904 dan memiliki standar deviasi sebesar 0.89829. Melalui jumlah variabel yang sama, variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan SIZE total penjualan perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga memiliki nilai minimum sebesar 17.51 pada PT Unilever Indonesia Tbk tahun 2016, nilai maksimum sebesar 29.17 pada PT Kino Indonesia Tbk tahun 2019, memiliki nilai rata-rata sebesar 25.7088 dan memiliki standar deviasi sebesar 4.27281.

Uji Normalitas

Pada pengujian ini untuk melihat normalitas residual data yaitu dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dan uji normal *probability plot*. Hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas Data *Probability Plot* sebelum *Outlier* Pada Sub Sektor Makanan dan Minuman



Sumber: Data diolah

Gambar 1 diatas menunjukkan *probability plot* memiliki titik-titik yang tidak mendekati garis diagonal, dapat diartikan bahwa data belum berdistribusi normal. Hal ini dapat dikarenakan adanya data yang *outlier*, oleh karena itu dilakukan transformasi distribusi data menggunakan *outlier* pada variabel nilai perusahaan yang diproses dengan PBV, dimana dalam proses ini data yang *outlier* dihilangkan sebanyak 17 data sehingga hanya 73 data yang digunakan, kemudian uji normalitas *probability plot* kembali dilakukan. Hal tersebut didukung dari pengujian data yang menerapkan pengujian Kolmogorov-Smirnov dimana hasil tersebut menunjukkan nilai *asyp.sig (2-tailed)* 0.000 dibawah dari 0,05 yang memperlihatkan data tidak normal. Berikut adalah data hasil uji Kolmogorov-Smirnov test:

Tabel 3: Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sub Sektor Makanan dan Minuman One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	32.32523424
Most Extreme Differences	Absolute	.374
	Positive	.374
	Negative	-.335
Test Statistic		.374
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

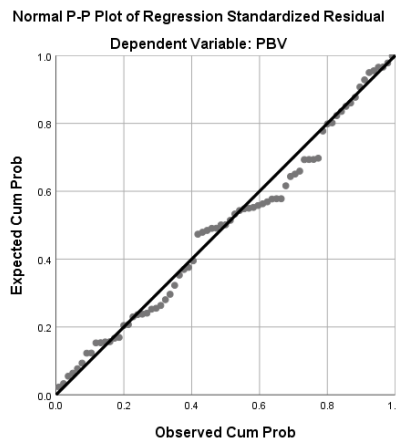
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data sekunder diolah

Gambar 2: Hasil Uji Normalitas Data *Probability Plot* setelah *Outlier* Pada Sub Sektor Makanan dan Minuman



Sumber: Data output SPSS

Gambar 2 diatas menunjukkan *probability plot* memiliki titik-titik yang tersebar mendekati garis diagonal, artinya data memiliki kenormalan distribusi. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi normalitas dari data yang diteliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian dapat dikatakan normal jika nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* melebihi 0,05. Selanjutnya dalam memastikan data tersebut normal, dilaksanakan pengujian Kolmogorov-Smirnov. Adapun hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

**Tabel 4: Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sub Sektor Makanan dan Minuman
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			73
Normal Parameters ^{a,b}			
Mean			.0000000
Std. Deviation			1.43317753
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute	.092
		Positive	.092
		Negative	-.062
Test Statistic			.092
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

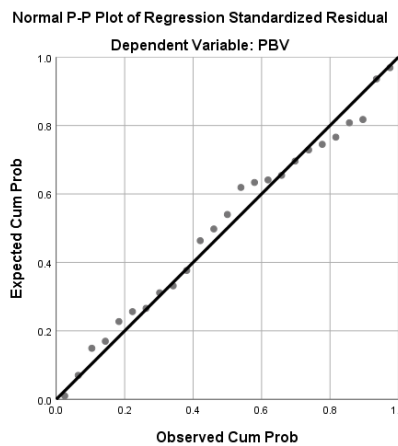
c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data sekunder diolah

Berdasarkan dari tabel 4 diatas, uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov test diperoleh nilai statistik sebesar 0.092 dan Asymp.Sig sebesar 0.200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 3: Hasil Uji Normalitas Data *Probability Plot* pada Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga



Sumber: Data output SPSS

Gambar 3 diatas menunjukkan *probability plot* memiliki titik-titik yang tersebar mendekati garis diagonal, artinya data memiliki kenormalan distribusi. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi normalitas dari data yang diteliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian dapat dikatakan normal jika nilai Asymp.Sig (*2-Tailed*) melebihi 0,05. Selanjutnya dalam memastikan data tersebut normal, dilaksanakan pengujian Kolmogorov-Smirnov. Adapun hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

Tabel 5: Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			25
Normal Parameters ^{a,b}			
Mean			.0000000
Std. Deviation			3.61860042
Most Extreme Differences	Absolute		.107
	Positive		.086
	Negative		-.107
Test Statistic			.107
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

Berdasarkan tabel 5 diatas, uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov test diperoleh nilai statistik sebesar 0.107 dan Asymp.Sig sebesar 0.200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6: Hasil Uji Multikolinearitas Sub Sektor Makanan dan Minuman

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	.087	.962			.091	.928		
ROA	.063	.026	.382		2.463	.016	.498	2.009
DER	.078	.447	.027		.175	.862	.506	1.976
SIZE	.069	.030	.260		2.351	.022	.976	1.025

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada tabel 6, menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan, yaitu:

1. Pada variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak ada multikorelasi karena nilai VIF dibawah sepuluh yaitu 2,009 dan nilai *tolerance* sejumlah 0,498 melebihi dari 0,10.
2. Pada variabel solvabilitas yang diukur dengan DER tidak ada multikorelasi karena nilai VIF dibawah sepuluh yaitu 1,976 serta nilai *tolerance* sejumlah 0,506 melebihi dari 0,10.
3. Pada variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan SIZE tidak ada multikorelasi karena nilai VIF dibawah sepuluh yaitu 1,025 sedangkan nilai *tolerance* sejumlah 0,976 melebihi dari 0,10.

Tabel 7: Hasil Uji Multikolinearitas Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
1 (Constant)	48.221	15.025		3.209	.004		
ROA	.392	.064	.352	6.139	.000	.297	3.368
DER	10.692	1.896	.380	5.641	.000	.215	4.650
SIZE	-1.933	.511	-.327	-3.783	.001	.131	7.646

a. Dependent Variable: PBV

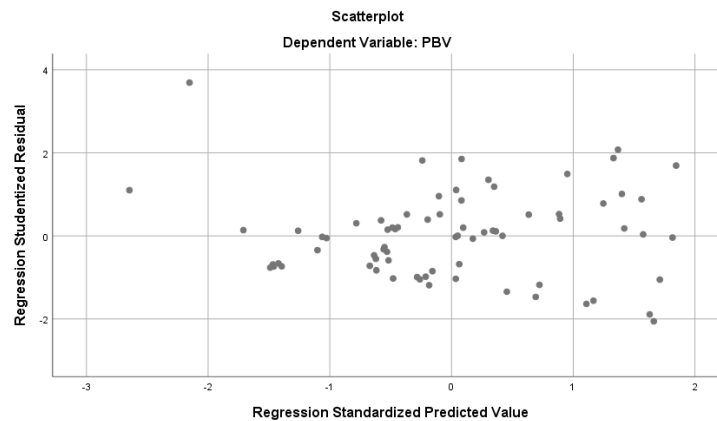
Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada tabel 7, menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan, yaitu:

1. Pada variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak ada multikorelasi karena nilai VIF dibawah sepuluh yaitu 3,368 dan nilai *tolerance* sejumlah 0,297 melebihi dari 0,10.
2. Pada variabel solvabilitas yang diukur dengan DER tidak ada multikorelasi karena nilai VIF dibawah sepuluh yaitu 4,650 serta nilai *tolerance* sejumlah 0,215 melebihi dari 0,10.
3. Pada variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan SIZE tidak ada multikorelasi karena nilai VIF dibawah sepuluh yaitu 7,646 sedangkan nilai *tolerance* sejumlah 0,131 melebihi dari 0,10.

Uji Heteroskedastisitas

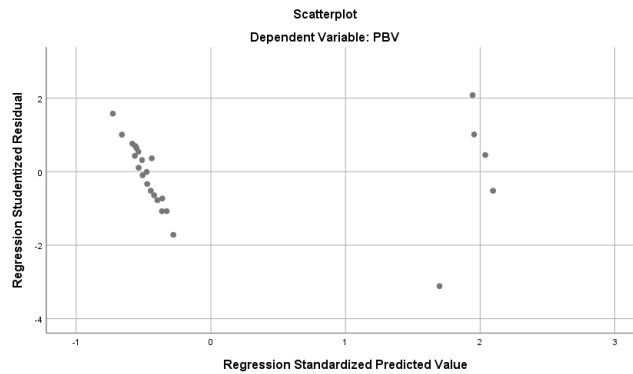
Gambar 4: Hasil Uji Heteroskedastisitas pada Sub Sektor Makanan dan Minuman



Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada gambar 4, dapat dilihat bahwa hasil heteroskedastisitas terdapat titik-titik yang sudah menyebar, tidak mengumpul pada satu bagian dan tidak membentuk satu pola. Maka dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari heteroskedastisitas.

Gambar 5: Hasil Uji Heteroskedastisitas pada Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga



Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada gambar 5, dapat dilihat bahwa hasil heteroskedastisitas terdapat titik-titik yang sudah menyebar, tidak mengumpul pada satu bagian dan tidak membentuk satu pola. Maka dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 8: Hasil Uji Autokorelasi Sub Sektor Makanan dan Minuman

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.417 ^a	.174	.138	1.46400	2.240

a. Predictors: (Constant), SIZE, DER, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada tabel 8 dapat dilihat nilai Durbin-Watson sebesar 2.240 lebih besar dari nilai DU 1.7067 dan lebih kecil dari nilai 4 – DU sebesar 2.2933. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data tidak autokorelasi.

Tabel 9: Hasil Uji Autokorelasi Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.990 ^a	.979	.977	3.86845	1.967

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DER

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada tabel 9 dapat dilihat nilai Durbin-Watson sebesar 1.967 lebih besar dari nilai DU 1.6540 dan lebih kecil dari nilai 4 – DU sebesar 2.346. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data tidak autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10: Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Sub Sektor Makanan dan Minuman

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients ^a		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	.087	.962		.091	.928		
ROA	.063	.026	.382	2.463	.016	.498	2.009
DER	.078	.447	.027	.175	.862	.506	1.976
SIZE	.069	.030	.260	2.351	.022	.976	1.025

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

$$Y = \alpha + \beta_1 (ROA) + \beta_2 (DER) + \beta_3 (SIZE) + e$$

Maka persamaannya adalah:

$$Y = 0.087 + 0.063 (ROA) + 0.078 (DER) + 0.069 (SIZE) + e$$

Tabel 11: Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Sub Sektor Kosmetik dan Rumah

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients ^a		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	48.221	15.025		3.209	.004		
ROA	.392	.064	.352	6.139	.000	.297	3.368
DER	10.692	1.896	.380	5.641	.000	.215	4.650
SIZE	-1.933	.511	-.327	-3.783	.001	.131	7.646

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

$$Y = \alpha + \beta_1 (ROA) + \beta_2 (DER) + \beta_3 (SIZE) + e$$

Maka persamaannya adalah:

$$Y = 48.221 + 0.392 (ROA) + 10.692 (DER) + -1.933 (SIZE) + e$$

Uji Statistik F (Simultan)

Tabel 12: Hasil Uji F (Simultan) Sub Sektor Makanan dan Minuman

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	31.160	3	10.387	4.846	.004 ^b	
Residual	147.888	69	2.143			
Total	179.048	72				

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), SIZE, DER, ROA

Sumber: Data diolah

H₁: Diduga terdapat pengaruh antara profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan tabel 12 diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0.004 yaitu nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Tabel 13: Hasil Uji F (Simultan) Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14984.092	3	4994.697	333.761	.000 ^b
Residual	314.262	21	14.965		
Total	15298.354	24			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DER

c. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DER

Sumber: Data diolah

H_2 : Diduga terdapat pengaruh antara profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.

Berdasarkan tabel 13 diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0.000 yaitu nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.

Uji Statistik T (Parsial)

Tabel 14: Hasil Uji T (Parsial) Sub Sektor Makanan dan Minuman Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.087	.962		.091	.928		
ROA	.063	.026	.382	2.463	.016	.498	2.009
DER	.078	.447	.027	.175	.862	.506	1.976
SIZE	.069	.030	.260	2.351	.022	.976	1.025

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

Tabel 15: Hasil Uji T (Parsial) Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	48.221	15.025		3.209	.004		
ROA	.392	.064	.352	6.139	.000	.297	3.368
DER	10.692	1.896	.380	5.641	.000	.215	4.650
SIZE	-1.933	.511	-.327	-3.783	.001	.131	7.646

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



Dapat dilihat pada tabel 4.18 dan 4.19, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

H₃: Diduga profitabilitas berpengaruh positif secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan tabel 14 hasil uji pada variabel profitabilitas menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.463 (positif) dengan signifikansi sebesar $0.016 < \alpha (0.05)$, artinya profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman, maka H₃ diterima.

H₄: Diduga profitabilitas berpengaruh positif secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.

Berdasarkan tabel 15 hasil uji pada variabel profitabilitas menunjukkan nilai t hitung sebesar 6.139 (positif) dengan signifikansi sebesar $0.000 < \alpha (0.05)$, artinya profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga, maka H₄ diterima.

2. Pengaruh Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan

H₅: Diduga solvabilitas berpengaruh negatif secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan tabel 14 hasil uji pada variabel solvabilitas menunjukkan nilai t hitung sebesar 0.175 (positif) dengan signifikansi sebesar $0.862 > \alpha (0.05)$, artinya solvabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman, maka H₅ ditolak.

H₆: Diduga solvabilitas berpengaruh negatif secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.

Berdasarkan tabel 15 hasil uji pada variabel solvabilitas menunjukkan nilai t hitung sebesar 5.641 (positif) dengan signifikansi sebesar $0.000 < \alpha (0.05)$, artinya solvabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga, maka H₆ diterima.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

H₇: Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan tabel 14 hasil uji pada variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.351 (positif) dengan signifikansi sebesar $0.022 < \alpha (0.05)$, artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman, maka H₇ diterima.

H₈: Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.

Berdasarkan tabel 15 hasil uji pada variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai t hitung sebesar -3.783 (negatif) dengan signifikansi sebesar $0.001 < \alpha (0.05)$, artinya ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga, maka H₈ ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R*²)

Tabel 16: Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R*²) Sub Sektor Makanan dan Minuman Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.417 ^a	.174	.138	1.46400	2.240

a. Predictors: (Constant), SIZE, DER, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



Berdasarkan tabel 16 hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0.138. Hal ini berarti bahwa 13,8% variabel dependen nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman dipengaruhi oleh variabel independen yaitu profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya 86,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini, contoh faktor lain seperti: kepemilikan manajerial, manajemen laba, *leverage*, kepemilikan institusional, kebijakan dividen, pertumbuhan perusahaan, kualitas laba, struktur modal dan lainnya.

Tabel 17: Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*) Sub Sektor Kosmetik dan Rumah Tangga

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.990 ^a	.979	.977	3.86845	1.967

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DER

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 17 hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0.977. Hal ini berarti bahwa 97,7% variabel dependen nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga dipengaruhi oleh variabel independen yaitu profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya 2,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini, contoh faktor lain seperti: kepemilikan manajerial, manajemen laba, *leverage*, kepemilikan institusional, kebijakan dividen, pertumbuhan perusahaan, kualitas laba, struktur modal dan lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel profitabilitas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman dan perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.
2. Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.
3. Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.
4. Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.
5. Solvabilitas secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.
6. Solvabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.
7. Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman.
8. Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga.

REFERENSI

- Afrizal, & Suhardi. (2019). Bagaimana Pecking-Order Theory Menjelaskan Struktur Permodalan Bank di Indonesia? *Jurnal Ekonomi Dan Sosial*, 10(1), 32–54.
- Alexander, E., & Meiden, C. (2017). Relevansi Nilai Informasi Akuntansi Terhadap Harga Saham Pada Perusahaanmanufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 137–151.
- Azhar, Z. A., Ngatno, & Wijayanto, A. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 1–10.
- Denziana, A., & Monica, W. (2016). Analisis Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergolong LQ45 di BEI Periode 2011-2014). *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 7.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di BEI. *Jurnal Prospek*, 1(2), 74–83.
- Dhani, I. P., & Utama, A. G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148. <https://doi.org/10.31093/jraba.v2i1.28>
- Erlina, N. (2018). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 1(1), 13. <https://doi.org/10.51877/mnjm.v1i1.17>
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273>
- Habibulloh, T. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Eprints UMS*. http://eprints.ums.ac.id/69081/11/NASKAH_PUBLIKASI-20.pdf
- Hery. (2017). *Kajian riset akuntansi: mengulas berbagai hasil penelitian terkini dalam bidang akuntansi dan keuangan* (A. Pramono (ed.); Akuntansi). Jakarta: PT Grasindo, 2017.
- Idrus, Z. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *DSpace Repository*. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/6701>
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Karim, N. K. (2018). Relevansi Nilai Pengungkapan Instrumen Keuangan Perbankan Indonesia: Telaah PSAK 60 (Revisi 2014). *Jurnal Riset Akuntansi, Aksioma*, 17(Revisi), 56–71.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Keuangan). PT. RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2017a). *Analisis Laporan Keuangan* (Cetakan 10). Rajawali Pers.
- Kasmir. (2017b). *Analisis Laporan Keuangan* (Cetakan 10). Rajawali Pers.
- Khikmah, N. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Rentabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan*. 16, 40–57.
- Meivinia, L. (2018). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 377. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i2.1562>
- Mufidah, N., & Utiyati, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 1–17. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33279>
- Mutammimah. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI tahun 2013-2017). *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 9(1), 64–84.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Indexed:



- Muttaqin, I., & Yulianti, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 8(1). <https://doi.org/10.37598/jimma.v8i1.963>
- Nahak, T. (2017). *Pengaruh Kebijakan Dividen, Aliran Kas Bebas dan Profitabilitas terhadap Kebijakan Hutang dengan Set Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)*. <http://repository.unika.ac.id/15270/2/13.60.0163> Teresia Nahak BAB I.pdf
- Permana, A. A. N. B. A., & Rahyuda, H. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1577. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p15>
- Putra, S. A., & Wahyuni, D. U. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Semen Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10.
- Setiyawan, A. (2020). Pengaruh Rasio Aktivitas, Solvabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Rasio Profitabilitas PT Indofood Sukses Makmur TBK Periode Tahun 2014-2018. *Repository Universitas HKBP Nommensen*. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/4251>
- Siswanti, D. E., & Ngumar, S. (2019). *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. www.idx.co.id.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana. https://lib.uniku.ac.id/koleksi_detail_MjAxODA1MDIwMDAwMjc=.html
- Tambunan, E. H., Sabijono, H., & Lambey, R. (2019). Pengaruh Keputusan Investasi Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Konstruksi Di Bei. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4445-4454. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.25144>
- Wijaya, R. (2019). Analisis Perkembangan Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE) untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i1.2115>
- Wiyadi, Trisnawati, R., Setiawati, E., & Permatasari, W. I. (2016). Relevansi Nilai Laba Dan Nilai Buku Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *The 4th University Research Coloquium*, 90-98. <http://hdl.handle.net/11617/7776>
- Wiyono, G., & Kusuma, H. (2017). *Manajemen Keuangan Lanjutan Berbasis Corporate Value Creation*. UPP STIM YKPN. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/136252/manajemen-keuangan-lanjutan-berbasis-corporate-value-creation.html>