

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

**Puspa Koesrawaty¹⁾, A. Syahrul Makkuradde²⁾, Anugrah Lutfi³⁾
Mattarima⁴⁾, Izaac Lawalata⁵⁾**

¹³⁵ Institut BIsnis dan Keuangan Nitro, Makassar

²STIM LPI, Makassar

⁴Universitas Cokroaminoto Makassar

Email: phuspa0103@gmail.com

ABSTRACT

Company value is the perception of investors and shareholders on the company's success rate which is often associated with the stock price. Because by maximizing the value of the company, it is agreed as the goal of every profit-oriented company and by increasing the value of the company means the same as maximizing the company's stock price. One of the factors that affect the value of the company is the ups and downs of profitability obtained by the company because profitability is believed to be able to determine the value of the company. Profitability is one of the most important ratios for investors when making investment decisions, this profitability ratio can describe a company's ability to use its resources to generate profits over a period of time. The purpose of this study is to determine the effect of profitability, liquidity, company size on company value in the consumer cyclicals sector listed on the Indonesia Stock Exchange. The analytical method used in this study is quantitative descriptive analysis using Multiple Linear Regression data analysis with a population of 41 companies and the number of samples used as many as 10 companies. The results of this research analysis show that profitability has a positive and significant effect on company value, while liquidity and company size have a negative and insignificant effect on company value in the consumer cyclicals sector listed on the Indonesia Stock Exchange.

Keywords: Profitability, Liquidity, Company Size and Company Value.

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor maupun pemegang saham terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Sebab dengan memaksimalkan nilai perusahaan hal tersebut disepakati sebagai tujuan dari setiap perusahaan yang berorientasi pada laba dan dengan meningkatkan nilai perusahaan berarti sama dengan memaksimalkan harga saham perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah naik turunnya profitabilitas yang didapat perusahaan karena profitabilitas diyakini mampu menentukan nilai perusahaan. Profitabilitas adalah salah satu rasio terpenting bagi investor ketika membuat keputusan investasi, rasio profitabilitas ini dapat menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis data Regresi Linear Berganda dengan jumlah populasi sebanyak 41 perusahaan dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 10 perusahaan. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan secara persial profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata kunci: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan berorientasi pada laba salah satunya dapat meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan akan meningkat apabila harga saham meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Dalam upaya mewujudkan tujuan perusahaan, setiap perusahaan harus mencukupi kebutuhan dananya agar dapat memaksimalkan kinerjanya.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor maupun pemegang saham terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Sebab dengan memaksimumkan nilai perusahaan hal tersebut disepakati sebagai tujuan dari setiap perusahaan yang berorientasi pada laba dan dengan meningkatkan nilai perusahaan berarti sama dengan memaksimumkan harga saham perusahaan.

Tabel 1
Perkembangan Rata-rata Harga Saham pada Sektor Consumer Cyclical

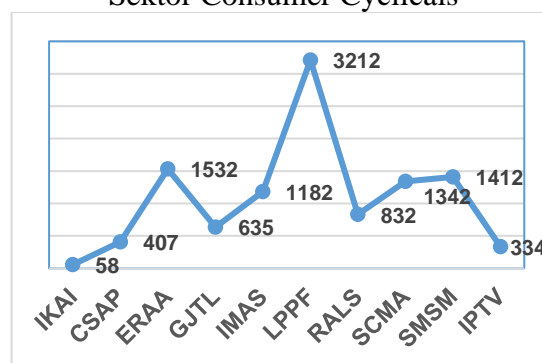
No	Kode Saham	Harga Saham			Rata-rata
		2019	2020	2021	
1	IKAI	73	50	50	58
2	CSAP	450	386	386	407
3	ERAA	1,795	2,200	600	1532
4	GJTL	585	655	665	635
5	IMAS	1,155	1,515	875	1182
6	LPPF	4,210	1,275	4,150	3212
7	RALS	1,065	775	655	832
8	SCMA	1,410	2,290	326	1342

9	SMSM	1,490	1,385	1,360	1412
10	IPTV	505	328	168	334

Sumber: www.idx.com (Data diolah 2023)

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat pergerakan nilai rata-rata harga saham perusahaan sektor consumer cyclical dari tahun 2019-2020, sebagai berikut:

Gambar 1
Pergerakan Rata-rata Harga Saham pada Sektor Consumer Cyclical



Sumber: www.idx.com (Data diolah 2023)

Berdasarkan pada Gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa pergerakan rata-rata harga saham dari masing masing perusahaan berfluktuasi dari tahun 2019-2021. Rata-rata harga saham tertinggi dicapai oleh perusahaan PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) yaitu sebesar 3,212 sementara rata-rata harga saham terendah dicapai oleh perusahaan PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk (IKAI) yaitu sebesar 58. Dapat disimpulkan bahwa Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah naik turunnya profitabilitas yang didapat perusahaan karena profitabilitas diyakini mampu menentukan nilai perusahaan. Profitabilitas adalah salah satu rasio

terpenting bagi investor ketika membuat keputusan investasi, rasio profitabilitas ini dapat menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan sumber dayanya untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Kemampuan tersebut dapat menunjukkan seberapa kompeten perusahaan tersebut di mata investor dari segi keuangan. Perusahaan yang dapat mencapai laba yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang lebih efisien sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi melalui penyertaan modal.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai profitabilitas terhadap nilai perusahaan tetapi masih menunjukkan hasil yang bervariasi, diantaranya yaitu hasil penelitian oleh Jonathan dan Irvan (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muharram dan Hakim (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan diperankan oleh likuiditas. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Apabila tingkat likuiditas perusahaan. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka dianggap memiliki kinerja yang baik pula sehingga nilai perusahaan meningkat dimata publik dan menarik minat investor untuk berinvestasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukarya dan Baskara (2019) dan Jihadi et al (2021) menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tandanu dan Lukman (2020) Rizki dan Takarini (2021) menunjukkan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan diduga sebagai faktor ketiga pada penelitian ini yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, dan rata-rata penjualan. Semakin besar ukuran perusahaan yang dimiliki maka akan semakin banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan (Kamila dan Yuniati, 2017). Hal tersebut, dikarenakan perusahaan mencerminkan perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tandanu dan Lukman (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rizki dan Takarini (2021) dan Barnades, Adeliana dan Heru (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Cyclical Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia" dengan rumusan masalah sebagai berikut;

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor

consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas serta ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Kajian Pustaka Dan Hipotesis

1. Pasar Modal

Pasar modal menurut Undang-Undang Pasar Modal No.8 tahun 1995 adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek diterbitkannya serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.

Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (investor).

2. Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal merupakan sinyal berupa tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan akan memberikan suatu informasi kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan

3. Probabilitas

Menurut Kasmir (2010:196) "Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan

rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan". Ada beberapa rasio profitabilitas yaitu:

- 1) Gross Profit Margin (GPM) merupakan gambaran perbandingan antaralaba kotor dengan volume penjualan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba kotor dari setiap nilai penjualan yang dilakukan.

GPM

$$= \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Total pendapatan}} \times 100\%$$

- 2) Net Profit Margin (NPM), rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dibandingkan dengan volume penjualan. Menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau tingkat laba bersih sebelum pajak dibandingkan dengan penjualan yang dicapai

NPM

$$= \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

- 3) Return On Equity (ROE), rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini semakin besar juga dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan, apabila proporsi hutang semakin besar maka rasio ini juga.

ROE

$$= \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal sendiri}} \times 100\%$$

- 4) Return On Asset (ROA), merupakan gambaran perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva.

ROA

$$= \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Rasio yang digunakan dalam analisis ini adalah Return On Assets (ROA). Return On Assets merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas penggunaan assets perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.

4. Likuiditas

Menurut Hani (2015) Rasio Likuiditas adalah “Kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban keuangan yang segera dapat dicairkan atau yang sudah jatuh tempo”

Terdapat berbagai jenis rasio likuiditas yaitu:

1) Rasio Lancar (Current Ratio)

Rasio lancar atau current ratio, merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut:

$$CR = \frac{\text{Aset lancar}}{\text{Hutang lancar}}$$

2) Rasio Kas (Cash Ratio)

Rasio kas atau cash ratio merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar hutang. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut:

$$CR = \frac{\text{Kas} + \text{Surat berharga}}{\text{Hutang lancar}}$$

Rasio yang digunakan dalam analisis ini adalah rasio lancar (current ratio). Rasio Lancar (Current Ratio) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan

perusahaan, dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo, pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo.

5. Ukuran Perusahaan

Dewantari et al (2019) menyimpulkan ukuran perusahaan adalah skala di mana ukuran perusahaan dapat diurutkan dalam berbagai cara termasuk, total aktiva, nilai pasar saham, log size dan lain-lain ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara (Riadi, 2020) yaitu:

1) Ukuran Perusahaan = Ln (Total Aset)

Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

2) Ukuran Perusahaan = Ln (Total Penjualan)

Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

6. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah ukuran bagaimana pasar menilai perusahaan secara holistik. Nilai perusahaan tercermin dari harga pasar saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai pasar saham perusahaan tersebut maka semakin tertarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang bersangkutan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kesejahteraan investor.

7. Hubungan Antara Variabel Independen dan Variabel Dependen

a. Hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh Return On Assets (ROA). Return On Assets merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas penggunaan assets perusahaan dalam menciptakan laba bersih.

Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan perusahaan tingginya perolehan keuntungan tersebut (Fahmi, 2014:135). Keuntungan yang diterima dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Keuntungan yang diperoleh akan berdampak pada perolehan nilai suatu perusahaan untuk membayarkan devidennya dan melanjutkan kegiatan usahanya atau menginvestasikan kembali keuntungannya dan sebaliknya.

b. Hubungan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Hal ini penting untuk diperhatikan, karena kegagalan dalam membayar kewajiban dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan (Fahmi, 2014:121).

Likuiditas yang diwakili oleh current ratio (CR) yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Semakin tinggi likuiditas perusahaan menunjukkan bahwa risiko perusahaan terhadap hutang rendah. Artinya perusahaan berada pada tingkat aman atau baik dari kemungkinan kegagalan membayar kewajiban lancar, tetapi akan muncul dampak dimana nilai perusahaan berada pada posisi rendah.

c. Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Ukuran perusahaan (firm size) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva.

Sebuah perusahaan besar cenderung mengambil risiko

dalam menjual saham mereka untuk mempertahankan kebutuhan pertumbuhan penjualan. Total aset yang dimiliki perusahaan menunjukkan ukuran suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah mendapatkan sumber dana internal atau eksternal, yang akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan itu sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki dan Takarini (2021) dengan judul Analisis nilai perusahaan pada subsektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor property dan real estate. Sedangkan ukuran perusahaan dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan subsektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H2: Likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif. Data yang

diperoleh oleh peneliti menggunakan data primer dan sekunder berupa data harga saham dan laporan keuangan perusahaan sektor consumer cyclical yang tercatat di bursa efek Indonesia. Teknik mengumpulkan data dengan library research.

Penelitian ini dilakukan di Galeri Investasi Di Institut Bisnis Dan Keuangan Nitro Makassar di Jalan Prof. Abdurahman Basalamah No.101, Karampuang Kec. Panakukang Kota Makassar, Sulawesi Selatan dan waktu penelitian yang dibutuhkan kurang lebih 1 Bulan.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Perusahaan Sektor Consumer Cyclical pada papan utama Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019-2021 sebanyak 41 perusahaan. Adapun perusahaan yang terdaftar di papan utama sebagai berikut:

Tabel 2
Populasi Perusahaan Sektor Consumer Cyclical

No	Kode	Nama Perusahaan
1	BRAM	PT Indo Kordsa Tbk.
2	ACES	PT Ace Hardware Indonesia Tbk.
3	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk.
4	BATA	PT Sepatu Bata Tbk.
5	CSAP	PT Catur Sentosa Adiprana Tbk.
6	ERAA	PT Erajaya Swasembada Tbk.
7	ESTI	PT Ever Shine Tex Tbk.
8	GDYR	PT Goodyear Indonesia Tbk.
9	GJTL	PT Gajah Tunggal Tbk.
10	IKAI	PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk.
11	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk.
12	INDR	PT Indo-Rama Synthetics Tbk.
13	INDS	PT Indospring Tbk.
14	KICI	PT Kedaung Indah Can Tbk
15	LPPF	PT Matahari Department Store Tbk.

16	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk.
17	MASA	PT Multistrada Arah Sarana Tbk.
18	MNCN	PT Media Nusantara Citra Tbk.
19	MPMX	PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk.
20	MSKY	PT MNC Sky Vision Tbk.
21	PANR	PT Panorama Sentrawisata Tbk.
22	PBRX	PT Pan Brothers Tbk.
23	PJAA	PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk.
24	PRAS	PT Prima Alloy Steel Universal Tb
25	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk.
26	RICY	PT Ricky Putra Globalindo Tbk
27	SCMA	PT Surya Citra Media Tbk.
28	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk.
29	SONA	PT Sona Topas Tourism Industry Tb
30	CARS	PT Industri dan Perdagangan Bintr
31	WOOD	PT Integra Indocabinet Tbk.
32	HRTA	PT Hartadinata Abadi Tbk.
33	PZZA	PT Sarimelati Kencana Tbk.
34	MSIN	PT MNC Digital Entertainment Tbk.
35	MAPA	PT Map Aktif Adiperkasa Tbk.
36	FILM	PT MD Pictures Tbk.
37	IPTV	PT MNC Vision Networks Tbk.
38	INOV	PT Inocycle Technology Group Tbk.
39	DEPO	PT Caturkarda Depo Bangunan Tbk.
40	DRMA	PT Dharma Polimetal Tbk.
41	ZATA	PT Bersama Zatta Jaya Tbk.

Sumber : Data berdasarkan www.idx.co.id

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Purposive

Sampling, yaitu penetapan sampel berdasarkan kriteria. Adapun kriteria pemilihan sampel yang ditetapkan oleh peneliti adalah:

- a. Perusahaan Sektor Consumer Cyclical yang terdaftar di Papan Utama Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
- b. Perusahaan Sektor Consumer Cyclical yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan yang lengkap selama periode penelitian, yaitu 2019-2021.

Berdasarkan kriteria di atas, maka penulis menyimpulkan perusahaan yang termasuk dalam kriteria tersebut sebagai berikut:

Tabel 3
Sampel dalam Penelitian Perusahaan Consumer Cyclical

No	Kode	Nama Perusahaan
1	IKAI	PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk.
2	CSAP	PT Catur Sentosa Adiprana Tbk.
3	ERAA	PT Erajaya Swasembada Tbk.
4	GJTL	PT Gajah Tunggal Tbk.
5	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk.
6	LPPF	PT Matahari Department Store Tbk.
7	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk.
8	SCMA	PT Surya Citra Media Tbk.
9	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk.
10	IPTV	PT MNC Vision Networks Tbk.

Sumber : Data berdasarkan www.idx.co.id

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Regresi Linear Berganda
 Dalam menganalisis data digunakan analisis regresi linear berganda. Dimana analisis berganda digunakan untuk mengetahui arah

hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel hasil uji coefficients sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		
					B	Std. Error
1	(Constant)	24.259	48.480		.500	.621
	ROA	44.746	18.851	.507	2.374	.025
	CR	-.963	1.265	-.167	-.762	.453
	FIRM SIZE	-.695	1.614	-.078	-.431	.670

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Olah SPSS26

Dari hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS Versi 26, diperoleh koefisien-koefisien persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$PBV = 24.259 + 44.746ROA + (0.963) CR + (0.695) FIRM SIZE$$

Persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

a. Koefisien konstanta sebesar 24.259 yang artinya menunjukkan apabila Profitabilitas (ROA), Likuiditas (CR) dan Ukuran Perusahaan (Firm Size) tidak ada atau sama dengan 0 maka akan meningkatkan nilai Nilai Perusahaan (PBV) pada sektor

consumer cyclicals sebesar 24.259.

- b. Koefisien regresi Profitabilitas (ROA) menunjukkan angka 44.746 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap price to book value (PBV), dimana apabila rasio Profitabilitas (ROA) naik sebesar 1% maka nilai Nilai Perusahaan (PBV) akan meningkat sebesar 44.746.
- c. Koefisien regresi Likuiditas (CR) menunjukkan angka -0,963 yang berarti memiliki pengaruh negatif terhadap price to book value (PBV), dimana apabila rasio Likuiditas (CR) naik sebesar 1% maka Nilai Perusahaan (PBV) akan menurun sebesar 0,963.
- d. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan (Firm Size) menunjukkan angka -0,695 yang berarti memiliki pengaruh negatif terhadap price to book value (PBV), dimana apabila rasio Ukuran Perusahaan (Firm Size) naik sebesar 1% maka nilai Nilai Perusahaan (PBV) akan menurun sebesar 0,695.

2. Uji Hipotesis

a. Uji T Parsial

Uji T Parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, berikut ini adalah hasil dari Uji T Parsial:

Tabel 5
Hasil Uji T Parsial

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

(Constant)	24.259	48.480		.500	.621
ROA	44.746	18.851	.507	2.374	.025
CR	-.963	1.265	-.167	-.762	.453
FIRM SIZE	-.695	1.614	-.078	-.431	.670

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Olah SPSS26

Dari tabel diatas dapat dilihat hasil uji statistik secara parsial sebagai berikut:

- 1) Profitabilitas (ROA) diperoleh nilai t sebesar 2.374 dengan nilai signifikansi 0.025. Yang artinya hipotesis Ho ditolak dan hipotesis Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Maka menurut hasil pengujian ini, hipotesis pertama diterima.
- 2) Likuiditas (CR) diperoleh nilai t sebesar -0.762 dengan nilai signifikansi 0.453. Yang artinya hipotesis Ho ditolak dan hipotesis Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Maka menurut hasil pengujian ini, hipotesis kedua diterima.
- 3) Ukuran Perusahaan (Firm Size) diperoleh nilai t sebesar -0.431 dengan nilai signifikansi 0.670. Yang artinya hipotesis Ho ditolak dan hipotesis Ha

diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Maka menurut hasil pengujian ini, hipotesis pertama diterima.

b. Uji Koefisien Determinan R Square (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 6
Hasil Koefisien Determinan R Square (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.509a	.259	.136	7.84719

a. Predictors: (Constant), FIRM SIZE, ROA, CR

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Olah SPSS26

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, Angka R square sebesar 0,259. Atau

dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 25,90% dan sisanya sebesar 74.10% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh profitabilitas (return on assets) terhadap nilai perusahaan (price to book value) diketahui bahwa profitabilitas memiliki nilai t bernilai positif sebesar 2.374 dengan nilai signifikansi 0.025. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel profitabilitas lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hal ini dapat menunjukkan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas dapat mempengaruhi kenaikan atau penurunan nilai perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan meningkat, maka nilai perusahaan juga akan meningkat, demikian pula sebaliknya. Tingginya nilai laba yang dihasilkan suatu perusahaan maka semakin tinggi nilai suatu perusahaan yang didapatkan, sehingga memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan perhatian kepada para investor, dengan begitu maka akan meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang semakin meningkat dapat menyebabkan nilai perusahaan meningkat pula karena mempunyai profitabilitas yang akan terus meningkat setiap tahunnya dan

investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya kepada perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marisa Ayu Nurrohma (2020) dan Rizki dan Takarini (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winatama dan Herlin (2021) dan Dennie dan Sufiyanti (2020) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh likuiditas (current ratio) terhadap nilai perusahaan (price to book value) diketahui bahwa likuiditas memiliki nilai t bernilai negatif sebesar -0.762 dengan nilai signifikansi 0.453. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel likuiditas lebih besar dari taraf $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Likuiditas menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin rendah nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan berapapun besar kenaikan asset lancar tidak akan berpengaruh terhadap saham dan nilai perusahaan karena penggunaan asset lancar yang tinggi dimana asset tersebut tidak dikelola secara optimal akan menyebabkan banyak dana yang menganggur yang hanya menutupi

dari hutang jangka pendek. yang berdampak perusahaan tidak dapat memaksimalkan pemanfaatan asset lancarnya, dan mengakibatkan perusahaan tidak dapat memakmurkan para investor. Hal ini dapat diartikan apabila perusahaan ingin meningkatkan nilai perusahaan, maka perusahaan harus mampu untuk memakmurkan para investor

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marisa Ayu Nurrohmah (2020), Winatama dan Herlin (2021) Dennie dan Sufiyanti (2020) dan Rizki dan Takarini (2021) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian I Nyoman Suarnawa dan Nyoman Abundanti (2016), dikarenakan hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh ukuran perusahaan (firm size) terhadap nilai perusahaan (price to book value) diketahui bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai t bernilai negatif sebesar -0.431 dengan nilai signifikansi 0.670. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikansi variabel ukuran perusahaan lebih besar dari taraf $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Ukuran perusahaan yang diprosikan dengan total aset

berpengaruh negatif tidak signifikan hal tersebut dikarenakan kenaikan total asset yang dimiliki oleh perusahaan belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, hal ini menyebabkan perusahaan yang mempunyai skala besar tidak selalu mampu mengoptimalkan produktivitas, sehingga tingkat laba yang diperoleh perusahaan rendah. Besar kecilnya suatu perusahaan tidak akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa investor tidak mempertimbangkan ukuran perusahaan yang direpresentasikan melalui banyaknya aktiva yang dimiliki perusahaan dalam pengambilan keputusan investasinya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa investor tidak melihat pada ukuran perusahaan dalam pertimbangan investasinya. Dengan demikian, ukuran perusahaan tidak menjadi sinyal bagi investor.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marisa Ayu Nurrohmah (2020), Dennie dan Sufiyanti (2020) dan Rizki dan Takarini (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tandanu dan Lukman (2020) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Dari hasil pengujian Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Consumer Cyclical yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa

Profitabilitas yang diukur dengan return on assets (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021.

Likuiditas yang diukur dengan current ratio (CR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021.

Ukuran Perusahaan (Firm Size) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

DAFTAR PUSTAKA

- Barnades, Adeliana Nabila, And Heru Suprihhadi. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di BEI Periode (2014-2018)." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 9.6 (2020).
- Dennie, Sufiyati. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi." *Jurnal Paradigma Akuntansi* 2.2 (2020): 697-706.
- 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. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74-83.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Ketiga)*. Semarang: UNDIP
- Hani, S. (2015). *Teknik Analisa Laporan Keuangan*. Medan: Umsu Press.
- Harmono. (2009). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, Dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hidayat, T., Triwibowo, E., & Marpaung, N. V. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 6(01), 1-18
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect Of Liquidity, Leverage, And Profitability On Firm Value: Empirical Evidence From Indonesia. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(3), 423-431.
- Jonathan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 2(1), 243-256.
- Kamila, D. Y. R., & Yuniati, T. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1-19.
- Kasmir, S. E. MM. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Prenada Media Group, Jakarta.
- Nurrohmah, Marisa Ayu. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Tahun 2015-2018." *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi* 4.2 (2020): 132-140.

- Riadi, M. (2020). Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria, Dan Indikator). Kajianpustaka.Com.
- Rizki, M., & Takarini, N. (2021). Analisis Nilai Perusahaan Pada Subsektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik (JSEP), 2(2).
- Sukarya, I. P., & Baskara, I. G. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food And Beverages. E-Jurnal Manajemen, Volume 8 Nomor 1, 7399–7428.
- Sukirni, Dwi. "Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Deviden Dan Kebijakan Hutang Analisis Terhadap Nilai Perusahaan." Accounting Analysis Journal 1.2 (2012).
- Tandanu, A., & Suryadi, L. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Paradigma Akuntansi, 2(1), 108-117.
- Tandelilin, E. (2010). Portofolio Dan Investasi : Teori Dan Aplikasi. Edisi Pertama. Yogyakarta : Kanisius.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal.
- Winatama, Desya Refa, And Herlin Tundjung. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei." Jurnal Paradigma Akuntansi 3.2 (2021): 766-774.