

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Oleh :

Andri Kurniawan <sup>1</sup>,Fahmi Kamal <sup>2</sup>,Muhammad Aziz Winardi <sup>3</sup>,Devy Sofyanty<sup>4</sup><sup>1,4</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta<sup>2</sup>STIMA IMMI, Jakarta<sup>3</sup>STIE GICI, JakartaEmail : [andrie.awn@bsi.ac.id](mailto:andrie.awn@bsi.ac.id)<sup>1</sup>,[fahmikamal@stimaimmi.ac.id](mailto:fahmikamal@stimaimmi.ac.id)<sup>2</sup>,[azizwinardi@stiegoci.ac.id](mailto:azizwinardi@stiegoci.ac.id)<sup>3</sup>,[devy.dyy@bsi.ac.id](mailto:devy.dyy@bsi.ac.id)<sup>4</sup>**Article Info***Article History :*

Received 16 Nov - 2022

Accepted 25 Nov - 2022

Available Online

30 Nov – 2022

**Abstract**

*The ultimate goal to be achieved by a company is to obtain the expected profit or profit in accordance with the specified target. Therefore, the factor of company size and profitability on firm value becomes interesting to study. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of firm size and profitability both partially and simultaneously on firm value. This study recapitulates 9 issuers in the food and beverage subsector on the Indonesia Stock Exchange from 2016 to 2020. The data collected was processed using multiple regression with SPSS version 20. The results showed that company size has a positive and insignificant effect on firm value, profitability has an effect positive and significant to firm value, firm size and profitability simultaneously have a positive and significant effect on firm value.*

**Keyword :***company size, profitability, firm size.***1. PENDAHULUAN**

Mengoptimalkan nilai perusahaan dapat dicapai bila perusahaan memperhatikan *stakeholder*. Keseimbangan pencapaian tujuan *stakeholder* perusahaan, dapat menjadikan perusahaan berpeluang mendapatkan keuntungan optimal sehingga kinerja perusahaan akan dinilai baik oleh investor. Kinerja perusahaan yang baik direspon positif oleh investor. Respon positif ini ditunjukkan dengan meningkatnya permintaan saham perusahaan. Apabila permintaan akan saham perusahaan meningkat sedangkan yang sudah memiliki tersebut juga enggan untuk menjual karena kinerja perusahaan bagus, maka harga saham akan meningkat. Meningkatnya harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan salah satunya dapat diukur dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga saham (Asyik & Soelistyo, 2000; Maresha, 2015; Muhammad & Asyik, 2016; Sutisna & Suteja, 2020).

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti

oleh tingginya kemakmuran pemegang saham, dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat, tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang diharapkan sesuai dengan target yang ditentukan (Yusuf, 2020). Nilai perusahaan merupakan patokan para pemegang saham terhadap perusahaan. Apabila perusahaan dapat memberikan harapan nilai yang tinggi di masa depan, maka persepsi pemegang saham terhadap perusahaan juga tinggi. Sebaliknya bila perusahaan tidak dapat memberikan harapan nilai yang tinggi di masa depan, maka persepsi masyarakat dan pemegang saham terhadap perusahaan juga rendah (Hermuningsih, 2013).

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Rinnaya et al., 2016). Meningkatnya nilai perusahaan

adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Sondokan et al., 2019). Nilai Perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Investor juga cenderung lebih tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam meningkatkan nilai perusahaan (Hermuningsih, 2012).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan (Prasetyorini, 2013).

Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total asset. Ukuran perusahaan merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan. Ukuran perusahaan dalam penelitian dapat dilihat dengan menghitung seberapa besar aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan (Seftianne & Handayani, 2011). Aset yang dimiliki perusahaan ini menggambarkan hak dan kewajiban serta permodalan perusahaan (Pratiwi et al., 2016).

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Dengan baiknya kinerja perusahaan akan meningkatkan pula nilai perusahaan (Hermuningsih, 2013). Rasio profitabilitas mampu mengukur efisiensi penggunaan aset perusahaan dan memberi gambaran tentang efektivitas pengelolaan perusahaan. Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang diharapkan sesuai dengan target dan untuk mengukur tingkat keuntungan suatu

perusahaan digunakan rasio profitabilitas (Sari, 2019).

Rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan (Dewi & Wirajaya, 2013). Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para stakeholders yang terdiri dari kreditur, supplier, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan (Sianipar & Ibrahim, 2017). Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan investor (Yusuf & Suherman, 2021), sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Semakin besar tingkat profitabilitas maka semakin baik bagi perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham. Semakin besar tingkat kemakmuran yang diberikan oleh perusahaan akan menarik minat investor untuk memiliki perusahaan tersebut dan akan memberikan pengaruh positif terhadap harga saham di pasar, ini berarti akan menaikkan nilai perusahaan (Anthoni & Yusuf, 2022).

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. 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. Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan (Hermuningsih, 2013).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan PBV (*price to book value*) yang merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur harga saham per lembar saham terhadap nilai bukunya yang dirumuskan dengan (Kasmir, 2016) :

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

## Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, rata-rata tingkat penjualan (Seftianne & Handayani, 2011). Ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi

pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi. Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan (Dewi & Wirajaya, 2013).

Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolok ukur aset (Seftianne & Handayani, 2011). Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma natural sehingga ukuran perusahaan juga dapat dihitung dengan:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ Total\ Assets$$

## Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi yang intinya adalah menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2016).

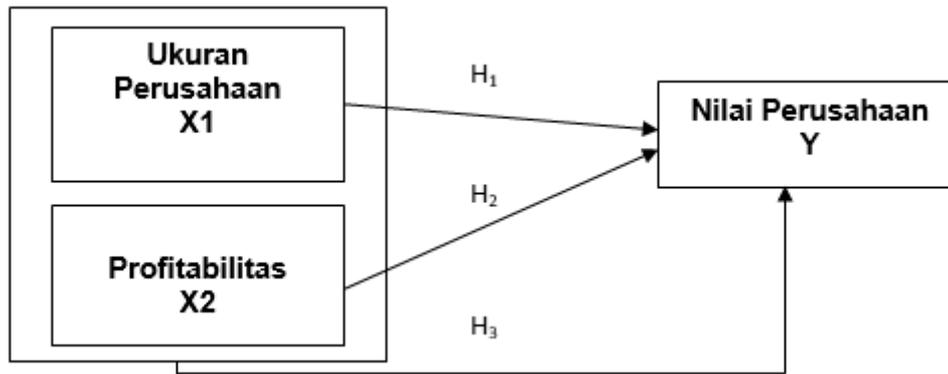
Para investor tetap tertarik terhadap profitabilitas perusahaan karena profitabilitas merupakan satu-satunya indikator yang paling baik mengenai kesehatan keuangan perusahaan. Bagi perusahaan pada umumnya, masalah profitabilitas merupakan hal yang penting disamping masalah laba, karena laba yang besar belum merupakan suatu ukuran bahwa suatu perusahaan telah bekerja secara efisien (Sukma, 2013). Profitabilitas adalah pengukur kemampuan perusahaan atas laba yang

dihasilkan dari berbagai aktivitas perusahaan melalui sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas mencakup seluruh pendapatan dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai penggunaan aset dan pasiva dalam satu periode (Putri & Ibrahim, 2017).

*Return On Equity* (ROE) merupakan alat ukur untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi para pemegang saham perusahaan. Hasil pengembalian ROE merupakan rasio untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya (Kasmir, 2016). Rumus untuk mencari ROE adalah sebagai berikut :

$$ROE = \frac{Laba\ bersih\ setelah\ pajak}{Total\ Ekuitas} \times 100\%$$

## Kerangka Pemikiran



**Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka disusun hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan
- H2 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan
- H3 : Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan kriteria, maka dalam penelitian ini terpilih 9 emiten. Data yang terkumpul, dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS versi 20.00

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (independent variabel) atau variabel (X) , yaitu Ukuran Perusahaan (X<sub>1</sub>), Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan dan Profitabilitas (X<sub>2</sub>), adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba.

**3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sampel pada penelitian ini adalah emiten pada sub sektor makanan dan minuman dari tahun 2016 - 2020, sedangkan untuk menentukan banyaknya sampel maka digunakan *teknik sampling purposive sampling*, *purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan justifikasi dari peneliti berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019).

**4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

**Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan Statistics**

Ukuran_Perusahaan		
N	Valid	54
	Missing	0
Mean		5584736,0185
Median		2253044,5000
Mode		696167,00 <sup>a</sup>
Std. Deviation		7195542,00102
Range		28205781,00
Minimum		696167,00
Maximum		28901948,00
Sum		301575745,00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Berdasarkan hasil pengolahan data. nilai variabel Ukuran Perusahaan yang

diperoleh mempunyai rata-rata 5.584.736,0185 (Milyar Rp), median sebesar

2.253.044,5 (Milyar Rp). Nilai minimum  
696.167 (Milyar Rp) dan nilai maksimum  
28.901.948 (Milyar Rp)

**Statistik Deskriptif Profitabilitas  
Statistics**

Profitabilitas

N	Valid	54
	Missing	0
Mean		29,2704
Median		19,5100
Mode		7,63 <sup>a</sup>
Std. Deviation		32,01327
Range		135,90
Minimum		7,63
Maximum		143,53
Sum		1580,60

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai rata-rata variabel profitabilitas adalah 29,27, median sebesar 19,51, nilai minimum 7,63, dan nilai maksimum 143,53.

**Statistik Deskriptif Profitabilitas  
Statistics**

Nilai Perusahaan

N	Valid	54
	Missing	0
Mean		6,4543
Median		4,0550
Mode		,63 <sup>a</sup>
Std. Deviation		9,60492
Range		48,04
Minimum		,63
Maximum		48,67
Sum		348,53

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai rata-rata variabel nilai perusahaan adalah 6,45, median sebesar 4,055, nilai minimum 0,63, dan nilai maksimum 48,67.

**Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		LnUkuran Perusahaan	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
N		54	54	54
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	14,9111	29,2704	6,4543
	Std. Deviation	1,07109	32,01327	9,60492
Most Extreme Differences	Absolute	,137	,348	,318
	Positive	,137	,348	,318
	Negative	-,086	-,250	-,272
Kolmogorov-Smirnov Z		1,010	2,555	2,336
Asymp. Sig. (2-tailed)		,259	,000	,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada tabel di atas terlihat bahwa nilai residual yang diuji dengan Kolmogorov-Smirnov, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel LnUkuran Perusahaan lebih kecil dari 0,05, sedangkan pada variabel Profitabilitas dan Nilai Perusahaan nilai

Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05, dengan kata lain bahwa distribusi data Profitabilitas dan Nilai Perusahaan penelitian ini tidak normal. Oleh karena itu, untuk memperbaiki normalitas data pada penelitian ini, data pada

Profitabilitas dan Nilai Perusahaan ditransformasi menjadi logaritma (Ln).

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LnUkuran Perusahaan	LnProfittabilitas	LnNilai Perusahaan
N		54	54	54
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	14,9111	3,0659	1,2952
	Std. Deviation	1,07109	,69036	1,00927
Most Extreme Differences	Absolute	,137	,190	,105
	Positive	,137	,190	,105
	Negative	-,086	-,081	-,092
Kolmogorov-Smirnov Z		1,010	1,394	,772
Asymp. Sig. (2-tailed)		,259	,051	,591

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada tabel di atas terlihat bahwa nilai residual yang diuji dengan Kolmogorov-Smirnov, semua nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sudah lebih

besar dari 0,05, dengan kata lain bahwa distribusi data semua variabel penelitian ini sudah normal, sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

### 2. Uji Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

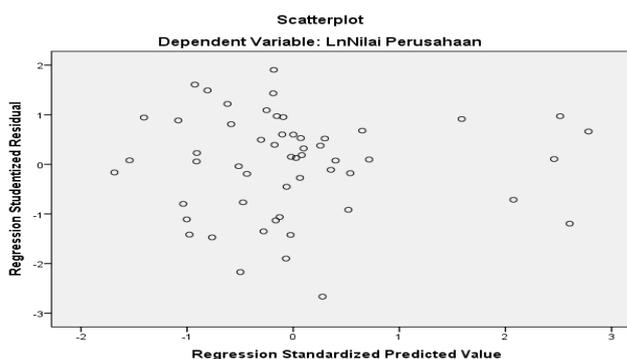
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	LnUkuran Perusahaan	,940	1,063
	LnProfittabilitas	,940	1,063

a. Dependent Variable: LnNilai Perusahaan

Dari tabel diatas di atas terlihat semua variabel bebas, memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 ( $1,063 < 10$ ), sehingga dapat disimpulkan tidak

terjadi adanya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas antar variabel bebas dalam model.

### 3. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan Gambar diatas terlihat bahwa dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan ZRESID (nilai residualnya). Model yang didapatkan tidak terdapat pola tertentu pada grafik, sehingga model terbebas dari masalah heterokedastisitas.

### Uji Regresi Berganda

Pengujian regresi linier berganda bertujuan menguji ada tidaknya pengaruh variabel independen (Ukuran Perusahaan, Profitabilitas) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan).

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,345	1,413		3,076	,003
1 LnUkuran Perusahaan	,136	,084	,144	1,608	,114
LnProfittabilitas	1,180	,131	,807	9,022	,000

Dari hasil olah data diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 4,345 + 0,136X_1 + 1,180 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Nilai Perusahaan

X1 = Ukuran Perusahaan

X2 = Profitabilitas

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Koefisien konstanta sebesar 4,345 menunjukkan bahwa apabila nilai X<sub>1</sub>, dan X<sub>2</sub> bernilai nol maka tingkat Nilai Perusahaan sebesar 4,345 satuan.

2. Koefisien b<sub>1</sub> sebesar 0,136 artinya apabila Ukuran Perusahaan (X<sub>1</sub>) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel lain bersifat tetap, maka variabel Nilai Perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 0,136, dengan kata lain semakin tinggi Ukuran Perusahaan akan meningkatkan Nilai Perusahaannya. Pengaruh Ukuran Perusahaan tidak signifikan karena nilai Sig 0,114 lebih besar dari 0,05.

3. Koefisien b<sub>2</sub> sebesar 1,180 artinya apabila Profitabilitas (X<sub>2</sub>) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel lain bersifat tetap, maka variabel Nilai Perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 1,180, dengan kata lain semakin Profitabilitas dinaikkan akan meningkatkan Nilai Perusahaannya. Pengaruh Profitabilitas signifikan karena nilai Sig 0,000 lebih kecil dari 0,05.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33,250	2	16,625	40,886	,000 <sup>b</sup>
	Residual	20,737	51	,407		
	Total	53,987	53			

a. Dependent Variable: LnNilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), LnProfittabilitas, LnUkuran Perusahaan

Dari pengolahan data terlihat bahwa nilai Sig F = 0.000, lebih kecil dari 0,05 dan berdasarkan nilai Fhitung = 40,886 lebih besar dari Ftabel 3,340 (40,886 > 3,340), maka kesimpulannya Ha ditolak yang mana X1 dan X2 berpengaruh signifikan

terhadap Y. Dengan kata lain, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel bebas Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara bersama-sama terhadap variabel terikat Nilai Perusahaan

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,785 <sup>a</sup>	,616	,601	,63766	1,922

a. Predictors: (Constant), LnProfittabilitas, LnUkuran Perusahaan

b. Dependent Variable: LnNilai Perusahaan

Koefisien korelasi (r) adalah 0,785, hal ini berarti ada hubungan yang positif antara Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara bersama-sama dengan Nilai Perusahaan dan hubungannya adalah

Kuat. Adapun besaran pengaruh persamaan model Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap variabel terikat Nilai Perusahaan memiliki Koefisien determinasi sebesar 0,616 menunjukkan

bahwa besarnya kontribusi Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan adalah sebesar 61,6 %, sisanya disebabkan oleh faktor lain.

### **Pembahasan**

Ukuran perusahaan tidak signifikan memengaruhi nilai perusahaan, ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Namun dalam penelitian ini, investor tidak terlalu memperhitungkan ukuran perusahaan dalam berinvestasi.

Profitabilitas signifikan memengaruhi nilai perusahaan, Profitabilitas dalam penelitian diprosikan oleh ROE mencerminkan tingkat hasil penembalian investasi bagi pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan ROE yang tinggi akan meningkatkan harga saham. Maka, akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini membuktikan, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya.

### **5. KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian dan analisis data, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian pengaruh menunjukkan terdapat pengaruh yang tidak signifikan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Hasil penelitian menunjukkan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

### **6. DAFTAR PUSTAKA**

Anthoni, L., & Yusuf, Y. (2022). MODERASI

MANAJEMEN LABA PADA PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 3(1), 52–62.

- Asyik, N. F., & Soelistyo. (2000). Kemampuan rasio keuangan dalam memprediksi laba ( penetapan rasio keuangan sebagai discriminator ). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 15(3), 313–331. <https://jurnal.ugm.ac.id/jieb/article/view/39147>
- Dewi, A. S., & Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 4(2), 358–372.
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh profitabilitas, size terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2).
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh profitabilitas, growth opportunity, struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan publik di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 16(2), 127–148.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. RajaGrafindo Persada.
- Maresha, R. W. (2015). PENGARUH RETURN ON ASSETS (ROA) DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET (IOS) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013. *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 3(2).
- Muhammad, I., & Asyik, N. F. (2016). PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(11).
- Prasetyorini, B. F. F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1).
- Pratiwi, N. P. Y., Yudiaatmaja, F., & Suwendra, I. W. (2016). Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 4(1).
- Putri, M. T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan pulp & paper yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Riau University.
- Rinnaya, I. Y., Andini, R., & Oemar, A. (2016). pengaruh profitabilitas, rasio aktivitas, keputusan pendanaan keputusan investasi

- terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014). *Journal Of Accounting*, 2(2).
- Sari, I. D. P. (2019). *Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan*.
- Seftianne, S., & Handayani, R. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan publik sektor manufaktur. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 13(1), 39–56.
- Sianipar, S., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia*. Riau University.
- Sondokan, N. V, Koleangan, R. A. M., & Karuntu, M. M. (2019). Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Dewan Direksi, Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Sugiyono, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung. Cv. Alfabeta.
- Sukma, Y. L. (2013). Pengaruh dana pihak ketiga, kecukupan modal dan risiko kredit terhadap profitabilitas (Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi*, 1(2).
- Sutisna, P., & Suteja, J. (2020). Kebijakan Dividen, Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 12(1), 31–36.
- Yusuf, Y. (2020). Determinan Nilai Perusahaan Berdasarkan Kepemilikan dan Aspek Makro Ekonomi. *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(1), 1–14.
- Yusuf, Y., & Suherman, A. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen Dengan Variabel Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 2(1), 39–49.