



**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG
KEPERLUAN RUMAH TANGGA
PERIODE 2014-2020**

SKRIPSI

Dibuat Oleh:
Indriani Dwi Lestari
022116122

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

OKTOBER 2022

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG
KEPERLUAN RUMAH TANGGA
PERIODE 2014-2020**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi
Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)



Ketua Program Studi Akuntansi
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA, CMA,
CCSA, CA, CSEP, QIA)

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN BARANG
KEPERLUAN RUMAH TANGGA
PERIODE 2014-2020**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari: Rabu, Tanggal: 2 November 2022

Indriani Dwi Lestari
022116122

Disetujui

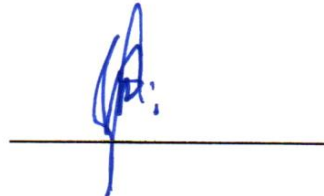
Ketua Penguji Sidang
(Ketut Sunarta, Ak., M.M., C.A., PIA)



Ketua Komisi Pembimbing
(Rochman Marota, S.E., Ak., M.M., CA., CPA)



Anggota Komisi Pembimbing
(Agung Fajar Ilmiyono, S.E., M.Ak., AWP., CTP.,
CFA., CNPHRP., CAP)



PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indriani Dwi Lestari
NPM : 022116122
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Berita, 15 Oktober 2022



Indriani Dwi Lestari
022116122

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

INDRIANI DWI LESTARI 022116122. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020. Di bawah bimbingan: ROCHMAN MAROTA dan AGUNG FAJAR ILMIYONO. 2022

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Pemegang saham, kreditor dan manajer adalah pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan dan perspektif berkenaan dengan perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah rasio profitabilitas antara lain *net profit margin* (NPM), *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Metode analisis yang digunakan adalah verifikatif. Data diuji melalui uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda serta uji hipotesis menggunakan e-views.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1) *net profit margin* (NPM) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi NPM maka semakin produktif dan efisien kinerja suatu perusahaan dalam menekan biaya untuk menghasilkan laba. 2) *return on asset* (ROA) secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA berarti perusahaan semakin efisien. Semakin perusahaan efisien, maka nilai perusahaan semakin naik. 3) *return on equity* (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi *return on equity* menunjukkan kinerja perusahaan bagus sehingga perusahaan memiliki tingkat efisiensi yang baik pula, maka harga saham akan mengalami kenaikan pula, dan akan mempengaruhi nilai perusahaan. 4) *net profit margin* (NPM), *return on asset* dan *Return On equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, *net profit margin*, *return on asset*, *return on equity*, nilai perusahaan

PRAKATA

Dengan menyebut nama Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT dengan segala kelimpahan rahmat-Nya, karunia serta hidayah-Nya yang senantiasa terus memudahkan penulis dalam menjalani perkuliahan ini. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan untuk penulis agar lebih baik lagi. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dengan penelitian yang telah penulis susun dengan maksimal ini dan mendapatkan materi dari beberapa sumber yang ada sehingga dapat memudahkan pada saat penyusunan skripsi ini ini. Maka, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini ini, kepada :

1. Orang tua penulis, Ibu dan Ayah yang telah memberikan semangat, mendoakan selalu, membiayai pendidikan dari Taman Kanak-kanak hingga Kuliah dan akan menjadi Sarjana.
2. Bapak. Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA, CSEP, QIA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pakuan.
3. Bapak. Rochman Marota, S.E., Ak., M.M., CA., CPA. selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktunya, tenaganya, dan terkadang mengganggu pekerjaannya.
4. Bapak. Agung Fajar Ilmiyono, Agung Fajar Ilmiyono, S.E., M.Ak., AWP., CTP., CFA., CNPHRP., CAP. selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah senantiasa membantu dan meluangkan waktunya.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Pakuan yang telah rela meluangkan banyak waktu, tenaga untuk mengajar dan menebarkan banyak ilmu pengetahuan.
6. Staf Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
7. Sahabat-sahabat penulis dikampus dan di luar kampus yang telah memberikan semangat serta motivasi untuk dapat segera menyelesaikan penelitian, yang selalu mau terbebani dengan masalah yang penulis hadapi serta selalu memberikan hiburan dikala jenuh.
8. Teman-teman kelas Malam dan kelas D seperjuangan dalam menempuh pendidikan dikelas.
9. Teman saya Riri, Rifa, Nada, Bella, Muti, Mba Asri, Puty, Yusron, Eka, Yulfa, Hesti, Dela, Agil, Lana, Aldi, Ria yang sudah mau meluangkan waktunya untuk membalas pertanyaan penulis dan ada dikala penulis membutuhkan bantuan.
10. Rizky Awaluddin yang sudah membantu dan meluangkan waktunya.
11. Sahabat penulis Rizka, Shalwa, Nadisa, Raytama dan nabilah yang sudah mengingatkan untuk segera menyelesaikan Pendidikan.

12. Laela yang sudah sangat perhatian kepada penulis dikala membutuhkan bantuan dan selalu menemani saya mengerjakan Skripsi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tidak ada sesuatu pun yang sempurna. Penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun sehubungan dengan kekurangan dalam skripsi ini ini. Penulis berharap makalah seminar ini bermanfaat bagi pihak-pihak lain di masa yang akan datang

Bogor, 15 Oktober 2022

Penulis
Indriani Dwi Lestari

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iii
HAK CIPTA	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
Maksud Penelitian.....	6
Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Analisis Laporan Keuangan	8
2.1.1. Pengertian Laporan Keuangan	8
2.1.2. Tujuan Laporan Keuangan	9
2.2. Profitabilitas	10
2.2.1. Tujuan Rasio Profitabilitas.....	11
2.2.2. Jenis Rasio Profitabilitas	12
2.3. Nilai Perusahaan	16
2.3.1. Pengertian Nilai Perusahaan.....	18
2.3.2. Metode Penentu Nilai Perusahaan.....	19
2.3.3. Tujuan Nilai Perusahaan	20
2.3.4. Indikator untuk Mengukur Nilai Perusahaan	21
2.4 Kerangka Pemikiran dan Penelitian Sebelumnya	23
2.5. Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	37
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	37
3.4. Operasionalisasi Variabel	38
3.5. Metode Penarikan Sampel	38
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	39
3.7. Metode Pengolahan /Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	

4.1	Hasil Pengumpulan Data	45
4.2	Analisis Data	46
4.3	Pembahasan.....	54
4.3.1.	Pengaruh NPM Terhadap Nilai Perusahaan	54
4.3.2.	Pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan.....	55
4.3.3.	Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan	55
4.3.4.	Pengaruh NPM, ROA dan ROE terhadap Nilai Perusahaan.....	56
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	58
5.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	63
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data <i>Net Profit Margin</i> (NPM), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE) dan <i>Price Book Value</i> Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020	3
Tabel 2.1	Peneliti Sebelumnya	23
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020	38
Tabel 3.2	Daftar Populasi Perusahaan	39
Tabel 3.3	Sampel Penelitian	39
Tabel 4.1.	Daftar Sampel yang Memenuhi Kriteria	45
Tabel 4.2	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.3	Hasil Uji Chow	47
Tabel 4.4	Hasil Uji Hausman.....	48
Tabel 4.5	Hasil Uji Langrange Multiplier	49
Tabel 4.6	Hasil Uji Model Data Panel.....	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolonieritas	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Parsial (Uji t)	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Simultan (Uji F)	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Grafik rata-rata <i>Net Profit Margin</i> (NPM), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE) dan <i>Price Book Value</i> Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020.....	3
Gambar 2.1	Konstelasi Penelitian	35
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Situasi perekonomian global saat ini, perusahaan melakukan kegiatan ekonomi tanpa batas negara. Kondisi ini menimbulkan persaingan yang ketat antara perusahaan. Bisnis di Indonesia saat ini telah menunjukkan kemajuan yang pesat dengan semakin bertambahnya jumlah perusahaan dari hari ke hari membuat persaingan dunia bisnis di Indonesia menjadi ketat. Berbagai jenis perusahaan bermunculan dan bergerak di bidang yang berbeda-beda seperti bidang jasa, manufaktur, maupun dagang. Mereka saling bersaing untuk dapat bertahan dan menjadi yang terbaik. Hal ini mendorong masing-masing perusahaan untuk melakukan berbagai strategi agar terhindar dari kebangkrutan (Qodariyah, 2013).

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Pemegang saham, kreditor dan manajer adalah pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan dan perspektif berkenaan dengan perusahaan. Pemegang saham akan cenderung memaksimalkan nilai saham dan memaksa manajer untuk bertindak sesuai dengan kepentingan mereka melalui pengawasan yang mereka lakukan. Kreditor di sisi lain cenderung akan berusaha melindungi dana yang sudah mereka investasikan dalam perusahaan dengan jaminan dan kebijakan pengawasan yang ketat pula (Afzal, 2012).

Maksimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai bila perusahaan memperhatikan para pemangku kepentingan (*stake holder*). Keseimbangan pencapaian tujuan *stake holder* perusahaan, dapat menjadikan perusahaan berpeluang mendapatkan keuntungan optimal sehingga kinerja perusahaan akan dinilai baik oleh investor. Kinerja perusahaan yang baik akan direspon positif oleh investor. Respon positif ini akan ditunjukkan dengan meningkatnya permintaan saham perusahaan. Apabila permintaan saham sedang meningkat, yang sudah memiliki saham tersebut juga tidak ingin menjual (karena kinerja perusahaan bagus), maka harga saham akan meningkat. Meningkatnya harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan salah satunya diukur dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga pasar saham.

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 diindikasikan dengan *Price to Book Value* (PBV) yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan atau menjadi tujuan perusahaan bisnis pada saat ini, sebab akan memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham (*stockholder wealth maximization*). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya profitabilitas (Brigham dan Ehrhardt, 2014:110).

Kinerja keuangan merupakan sebagai penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu untuk menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Menurut Kasmir (2014) ada beberapa rasio-rasio keuangan yang dapat menganalisis laporan keuangan suatu perusahaan yaitu Rasio Profitabilitas. Rasio Profitabilitas ialah rasio yang menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas dapat mengukur tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut agar data mampu memenuhi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Kasmir, 2016).

Perspektif teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran akan prospek usaha di masa datang. Semakin tinggi angka profitabilitas yang tercantum pada laporan keuangan, berarti semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka akan mencerminkan kekayaan investor yang semakin besar dan prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan. Pertumbuhan prospek tersebut oleh investor akan ditangkap sebagai sinyal positif sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan.

Obyek penelitian ini yaitu perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga. Sub sektor industri kosmetik dan keperluan rumah tangga merupakan industri dengan tingkat persaingan yang tinggi di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian (2016), pertumbuhan pasar industri ini rata-rata mencapai 9,67% pertahun dalam enam tahun terakhir (2009-2015). Diperkirakan besar pasar (market size) pasar kosmetik sebesar Rp. 46,4 triliun di tahun 2017. Dengan jumlah tersebut, Indonesia merupakan potential market bagi para pengusaha industri kecantikan baik dari luar maupun dalam negeri. Karena itu saat ini banyak lahir perusahaan-perusahaan baru pada industri kosmetik yang menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang begitu ketat.

Pertumbuhan industri di Indonesia dari tahun ke tahun sangat diperhitungkan, terutama industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Hal tersebut dikarenakan jumlah penduduk Indonesia diproyeksi akan menembus angka 271 jutaan pada tahun 2020. Jumlah tersebut meningkat sekitar 4,8% dibandingkan dengan total populasi penduduk Indonesia tahun 2016. Dengan angka pertumbuhan yang cukup besar tersebut, maka Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035, industri kosmetik menjadi salah satu Industri Andalan, yaitu industri prioritas yang berperan besar sebagai penggerak

utama (prime mover) perekonomian. Oleh karena itu, perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dituntut untuk dapat bersaing dan mengembangkan kinerjanya. (www.marsindonesia.com).

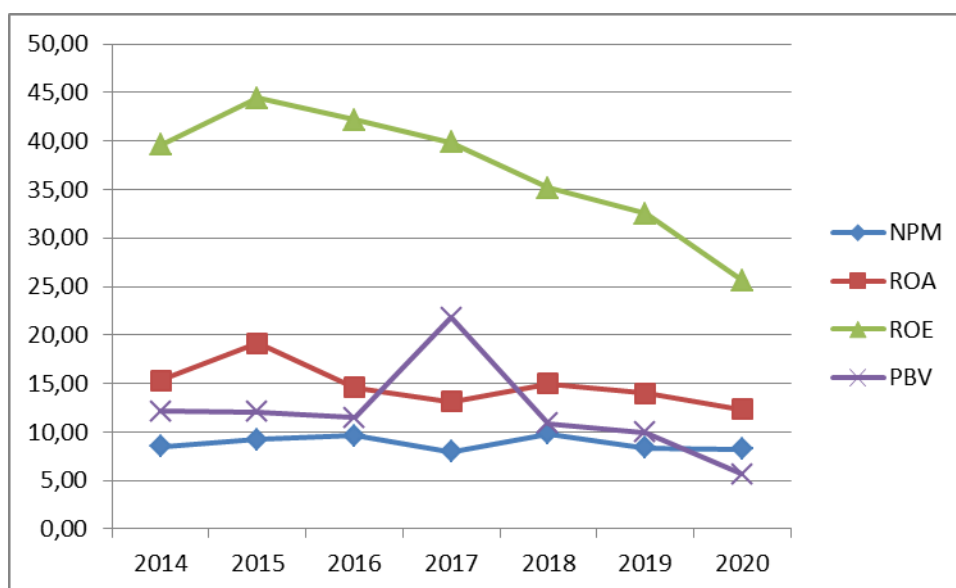
Ada beberapa alat ukur yang dipergunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas, antara lain *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). Terdapat fenomena yang menarik dan perlu dianalisis lebih jauh seperti yang tertera dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.1.

Data rata-rata *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Price Book Value* Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020

Variabel	Tahun						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
NPM	8,49	9,19	9,64	7,95	9,79	8,38	8,24
ROA	15,30	19,14	14,60	13,14	14,98	14,00	12,3
ROE	39,60	44,45	42,20	39,86	35,16	32,51	25,62
PBV	12,16	12,08	11,50	21,80	10,87	9,94	5,64

Sumber : BEI, data diolah, 2021



Gambar 1.1.

Grafik rata-rata *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Price Book Value* Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020

Dari Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga menunjukkan variabel *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Price Book Value* dari tahun ke

tahun periode 2014-2020 mengalami perubahan kondisi yang tidak konsisten dan fluktuasi.

Pada tahun 2015-2017 nilai rata-rata *Net Profit Margin* (NPM) pada tahun 2014-2016 mengalami kenaikan, namun *Price Book Value* (PBV) justru mengalami penurunan. Hal ini bertentangan dengan teori, pada saat *net profit margin* naik, nilai perusahaan juga mengalami kenaikan, namun pada penelitian ini mengalami penurunan. Horne dan Wachowicz (2015) yang menyatakan bahwa NPM yang tinggi akan menunjukkan kekuatan bisnis dan juga semangat yang kuat dari pihak manajemen untuk melakukan kontrol biaya. Dengan demikian perusahaan tersebut akan memiliki efisiensi yang tinggi dan juga menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi dari penjualannya. Sehingga jika dikaitkan dengan PBV, dimana jika perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dari penjualannya maka tingkat harga sahamnya juga akan meningkat, semakin tinggi rasio ini semakin meningkat nilai perusahaannya.

Pada tahun 2015-2017 nilai rata-rata *Return on Asset* (ROA) pada tahun 2014-2016 mengalami kenaikan, namun *Price Book Value* (PBV) justru mengalami penurunan. Hal ini bertentangan dengan teori, pada saat *Return on Asset* (ROA) naik, nilai perusahaan juga mengalami kenaikan, namun pada penelitian ini mengalami penurunan. Menurut Santoso (2015) dengan laba bersih yang tinggi maka tingkat kepercayaan investor akan meningkat, hal tersebut akan berdampak pada PBV yang meningkat pula. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total aset yang dimiliki perusahaan. Dengan laba yang tinggi maka tingkat kepercayaan investor akan meningkat, hal tersebut berdampak pada PBV yang meningkat.

Pada tahun 2015-2017 nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) pada tahun 2014-2016 mengalami kenaikan, namun *Price Book Value* (PBV) justru mengalami penurunan. Hal ini bertentangan dengan teori, pada saat *Return on Equity* (ROE) naik, nilai perusahaan juga mengalami kenaikan, namun pada penelitian ini mengalami penurunan. Menurut Santoso (2015) semakin naik nilai ROE, semakin meningkat nilai perusahaan. Adanya peningkatan ROA menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor. Apabila terdapat kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya, Azhar (2019) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa *Return On Assets*, *Return On Equity* dan *Net Profit Margin* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Azhar terdapat pada obyek yang diteliti dan periode penelitian. Penelitian Azhar pada perusahaan Manufaktur secara keseluruhan dan periode penelitian 2012-2016, sedangkan peneliti pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020 yang tentunya analisis dan hasil penelitian berbeda dengan penelitian Azhar.

Hasil kontradiktif ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Susilowati (2011) dan Herawati (2012) menemukan bahwa variabel ROA berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya semakin tinggi nilai ROA tidak akan mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan. Kondisi tersebut disebabkan peningkatan profitabilitas atau kinerja keuangan saja tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan sehingga disinyalir ada aspek lain yang turut mempengaruhi.

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa profitabilitas sangat penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan untuk mengetahui prestasi emiten dengan memperhatikan nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada masalah tersebut dengan mengambil judul: **“Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020”**.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti mengidentifikasi masalah yaitu *Return on asset* (ROA) pada perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2014-2015 mengalami penurunan, nilai perusahaan justru mengalami peningkatan. *Net Profit Margin* (NPM) pada PT. Mandom Indonesia Tbk tahun 2017-2018 mengalami peningkatan, nilai perusahaan justru mengalami penurunan.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas (*Net Profit Margin* (NPM) terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas (*Return On Asset* (ROA) terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020?

3. Bagaimana pengaruh profitabilitas (*Return On Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dan relevan agar dapat dipelajari dan diolah menjadi data yang akurat. Selain itu juga untuk menyimpulkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020”. Maksud penelitian adalah untuk menganalisis keterkaitan atau hubungan di antara variabel-variabel penelitian *Net Profit Margin*, *Return On Asset*, dan *Return On Equity*, menyimpulkan hasil penelitian, serta memberikan saran-

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menjawab perumusan masalah yang telah dibangun. Banyaknya tujuan penelitian disesuaikan dengan banyaknya perumusan masalah yang telah dibangun. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas (*Net Profit Margin* (NPM) secara parsial terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas (*Return On Asset* (ROA) secara parsial terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas (*Return On Equity* (ROE) secara parsial terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020
4. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) secara simultan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik langsung maupun tidak langsung pada pihak yang berkepentingan, seperti dijabarkan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman dalam bidang keuangan dan menerapkan teori-teori yang telah dipelajari khususnya mengenai profitabilitas dan nilai perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbang saran bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian untuk memperbaiki atau meningkatkan usaha atau cara terhadap laporan keuangan sehingga laporan keuangan tersebut dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan relevan bagi pihak yang berkepentingan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembalian keputusan berkaitan dengan masalah struktur modal dan profitabilitas guna meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai masukan kepada manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan pemilihan kriteria investasi yang tepat untuk meminimalisasi risiko investasi. Selain itu hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai pendukung dan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada nilai perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Analisis Laporan Keuangan

2.1.1. Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2015), “Laporan keuangan adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas”. Laporan ini menampilkan sejarah entitas yang dikuantifikasi dalam nilai moneter. Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara misalnya, sebagai laporan arus kas, atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Disamping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya, informasi keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

Wahyudiono (2014) menjelaskan laporan keuangan adalah “laporan tentang aktivitas dan hasil dari suatu perusahaan”. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara misalnya, sebagai laporan arus kas, atau laporan arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Di samping itu termasuk juga skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya informasi keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga. Sedangkan Fahmi (2014) menjelaskan laporan keuangan “merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut. Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari suatu proses akuntansi yang mempunyai fungsi sebagai media informasi dan komunikasi antara pihak intern (perusahaan) dengan pihak ekstern atau pihak lain yang mempunyai kepentingan dengan data atau laporan dari hasil kegiatan operasional perusahaan yang disajikan

Berdasarkan pendapat di atas, analisis laporan keuangan merupakan suatu proses untuk mengetahui seberapa baik kinerja perusahaan dan sebagai informasi yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan yang dilihat dari unsur-unsur yang ada dalam laporan keuangan, sehingga hasil analisis itu dapat digunakan untuk menentukan keputusan yang akan diambil oleh perusahaan di masa yang akan datang.

2.1.2. Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan laporan keuangan menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (2015) adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Dalam rangka mencapai tujuan laporan keuangan, laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas yang meliputi: “ asset, liabilitas, ekuitas, pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian, kontribusi dari dan distribusi kepada pemilik dalam kapasitasnya sebagai pemilik dan arus kas” . Informasi tersebut, beserta informasi lainnya yang terdapat dalam catatan atas laporan keuangan, membantu pengguna laporan dalam memprediksi arus kas masa depan dan khususnya, dalam hal waktu dan kepastian diperolehnya kas dan setara kas.

Tujuan laporan keuangan menurut Hans (2016) adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan dalam membuat keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga merupakan wujud pertanggung jawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka dalam mengelola suatu entitas. Dengan demikian laporan keuangan tidak dimaksudkan untuk tujuan khusus, misalnya dalam rangka likuidasi entitas atau menentukan nilai wajar entitas untuk tujuan merger dan akuisisi. Juga tidak disusun khusus untuk memenuhi kepentingan suatu pihak tertentu saja misalnya pemilik mayoritas. Pemilik adalah pemegang instrumen yang diklasifikasikan sebagai ekuitas.

Sedangkan tujuan laporan keuangan menurut Sugiono dan Untung (2016) secara garis besar adalah:

1. *Screening* (sarana informasi), analisa dilakukan hanya berdasarkan laporan keuangannya.
2. *Understanding* (pemahaman), analisa dilakukan dengan cara memahami perusahaan, kondisi keuangannya dan bidang usahanya serta hasil dari usahanya.
3. *Forecasting* (peramalan), analisa dapat digunakan juga untuk meramalkan kondisi perusahaan pada masa yang akan datang.
4. *Diagnosis* (diagnosa), analisa memungkinkan untuk dapat melihat kemungkinan terdapatnya masalah baik di dalam manajemen ataupun masalah yang lain dalam perusahaan.
5. *Evaluation* (evaluasi), analisa digunakan untuk menilai serta mengevaluasi kinerja perusahaan termasuk manajemen dalam meningkatkan tujuan perusahaan serta efisiensi.

Fahmi (2014) menyatakan tujuan utama dari laporan keuangan adalah memberikan informasi keuangan yang mencakup perubahan dari unsur-unsur laporan

keuangan yang ditujukan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam menilai kinerja keuangan terhadap perusahaan. Para pemakai laporan akan menggunakan untuk meramalkan, membandingkan dan menilai dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambilnya.

Harahap (2014) menjelaskan tujuan laporan keuangan berdasarkan prinsip Akuntansi Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai aktiva dan kewajiban serta modal suatu perusahaan
- b. Memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan dalam aktiva *netto* suatu perusahaan yang timbul dari kegiatan usaha dalam rangka memperoleh laba
- c. Memberikan informasi keuangan yang membantu para pengguna laporan dalam menaksir potensi perubahan dalam menghasilkan laba
- d. Memberikan informasi penting lainnya mengenai perubahan dalam aktiva dan kewajiban suatu perusahaan, seperti informasi mengenai aktivitas pembiayaan dan investasi.
- e. Memberikan informasi tentang sejauhmana pengungkapan informasi lain yang berhubungan dengan laporan keuangan yang relevan untuk kebutuhan pengguna laporan, seperti informasi mengenai kebutuhan akuntansi yang dianut perusahaan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang diandalkan mengenai kekayaan perusahaan, kewajiban perusahaan, laba perusahaan serta menyangkut posisi keuangan, kinerja keuangan, dan laporan arus kas entitas yang bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan.

2.2. Profitabilitas

Pada umumnya setiap perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba atau keuntungan. Para manajemen perusahaan dituntut harus mampu mencapai target yang telah direncanakan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan (manajemen) perusahaan yang ditunjukan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan investasi, indikator kinerja perusahaan terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensi sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan. Prospek yang bagus akan menarik minat investor untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan sehingga diperlukan pengungkapan yang lebih luas pada laporan tahunan perusahaan. Rasio profitabilitas menjadi bentuk penilaian terhadap manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukan oleh laba yang dihasilkan. Hal ini berarti bahwa rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan asset maupun modal perusahaan (Sjarial dan Purba, 2014).

Menurut Sartono (2015) definisi rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Sedangkan Kasmir (2014) menjelaskan rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Initinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Profitabilitas menurut Fahmi (2013) yaitu untuk menunjukan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Sudana (2015) mengungkapkan bahwa “ *profitability ratio* mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan” .

Sugiono dan Untung (2014) menyatakan rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur efektivitas manajemen yang mencerminkan pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal. Rasio kemampulabaan (profitabilitas) adalah merupakan hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan dan rasio ini akan memberikan jawaban akhir tentang efektifitas manajemen perusahaan. Rasio ini juga mengukur keuntungan yang diperoleh dari modal-modal yang digunakan untuk menyebarkan operasional baik modal yang berasal dari pemilik atau modal asing (Hermanto dan Agung, 2015).

Menurut Sudarmadji dan Sularto (2014) profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan investasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan pengertian rasio profitabilitas yang telah dikemukakan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba yang hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun investasi.

2.2.1. Tujuan Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Kasmir (2014) mengungkapkan beberapa tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Sama halnya dengan rasio-rasio lain, rasio profitabilitas juga memiliki tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Hanafi (2013) mengatakan tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri serta tujuan lainnya.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan posisi keuangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus sebagai evaluasi terhadap kinerja manajemen sehingga dapat diketahui penyebab dari perubahan kondisi keuangan perusahaan tersebut. Semakin lengkap jenis rasio yang digunakan, semakin sempurna hasil yang akan dicapai, sehingga posisi dan kondisi tingkat profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna.

2.2.2. Jenis Rasio Profitabilitas

Kasmir (2014) berpendapat bahwa “ penggunaan seluruh atau sebagian rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen. Semakin lengkap jenis rasio yang digunakan maka pengetahuan tentang kondisi dan posisi profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna” .

Lima jenis rasio profitabilitas yang digunakan penulis, antara lain:

1. *Net Profit Margin* (NPM) / Margin Laba Bersih

Net Profit Margin atau *Margin Laba Bersih* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase pendapatan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. NPM adalah rasio antar laba setelah pajak dengan penjualan yang mengukur laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah penjualan. Disamping itu rasio ini juga digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Jadi semakin tinggi NPM, maka akan semakin baik kinerja operasional perusahaan (Kasmir, 2014).

Net Profit Margin adalah perbandingan laba bersih setelah pajak dengan penjualan. NPM merupakan rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima dari kegiatan operasionalnya (Pandia, 2014). *NPM* ini menggambarkan efisiensi kerja perusahaan. Dari NPM ini dapat diketahui berapa keuntungan yang didapatkan dari setiap rupiah yang didapatkan pada penjualan yang dilakukan. NPM digunakan untuk mengevaluasi efisiensi perusahaan dalam mengendalikan beban-beban yang berkaitan dengan penjualan (Kasmir, 2014).

Menurut Harahap (2014), semakin besar rasio ini semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi. Seperti yang dikatakan oleh Syamsuddin dalam bukunya *Manajemen Keuangan* (2015) menyatakan bahwa “*net profit margin* merupakan rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expenses* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi NPM, maka semakin baik operasi suatu perusahaan. Suatu NPM yang dikatakan baik akan sangat tergantung dari jenis industri dimana perusahaan berusaha.” NPM dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

Rasio ini merupakan ukuran presentase dari setiap hasil penjualan setelah dikurangi semua biaya dan pengeluaran termasuk bunga dan pajak. Rasio ini menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Standar umum rata-rata industri untuk net profit margin adalah 20%, jika berada di atas rata-rata industri maka margin laba suatu perusahaan baik, begitu pun sebaliknya (Kasmir, 2014).

Prosentase *Net profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu, sedangkan prosentase *Net Profit Margin* yang rendah menandakan penjualan terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu. Hubungan antara laba bersih sisa pajak dan penjualan bersih menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengemudikan

perusahaan secara cukup berhasil untuk menyalakan margin tertentu sebagai kompensasi yang wajar bagi pemilik yang telah menyediakan modalnya untuk suatu risiko. Hasil dari perhitungan mencerminkan keuntungan netto per rupiah penjualan. Para investor pasar modal perlu mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Menurut Sulistyanto (2015) angka NPM dapat dikatakan baik apabila $> 5\%$.

NPM merupakan rasio pengukuran profitabilitas yang sering digunakan oleh manajer keuangan untuk mengukur efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya. Berdasarkan hal ini, maka yang mempengaruhi profitabilitas adalah laba bersih, penjualan bersih, dan total aset. Semakin tinggi hasil NPM suatu perusahaan mencerminkan bahwa kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi.

2. *Return On Assets (ROA)*

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas. Rasio ini paling sering disoroti dalam analisis laporan keuangan karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. *Assets* atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aset perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan (Hanafi dan Halim, 2016).

Return On Assets (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Rasio ini menunjukkan berapa besar laba bersih diperoleh perusahaan bila diukur dari nilai aktiva (Harahap, 2015). ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Semakin besar ROA maka semakin besar tingkat keuntungan perusahaan dan baik pula posisi perusahaan dari segi penggunaan aset. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor.

ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. ROA juga sering disebut sebagai *Return on Investment (ROI)* (Hanafi dan Halim, 2016). ROA merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aset yang tersedia dalam perusahaan. ROA digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aset (Syamsuddin, 2015).

Berdasarkan pengertian di atas ROA adalah rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan

tingkat aset yang dimiliki perusahaan. ROA atau ROI diperoleh dengan cara membandingkan antara *net income after tax* (laba bersih setelah pajak) terhadap *total asset*. Apabila dilihat dari sudut pandang pemegang saham ROA merupakan ukuran efisiensi atas pengelolaan investasi apabila terdapat peningkatan ROA. Maka pengelolaan yang dilakukan manajemen aset perusahaan dianggap semakin efisien (Gitman, 2015). ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Semakin besar nilai ROA berarti suatu perusahaan mempunyai kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aset yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap harga saham, yaitu harga saham akan naik. Standar rata-rata industri untuk ROA ini adalah 30% (Kasmir, 2014). Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aset perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aset perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aset yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya.

ROA merupakan ukuran yang penting dan sering dijadikan acuan oleh investor dalam menilai kinerja suatu perusahaan, yang akhirnya akan mempengaruhi investor untuk membuat keputusan untuk membeli atau menjual saham perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki ROA yang lebih tinggi cenderung melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan yang lebih rendah karena manajemen tahu akan kemampuan untuk mendapatkan laba pada masa yang akan datang sehingga memudahkan dalam menunda atau mempercepat laba (Assih, Prihat, dan Gudono, 2014).

Menurut Halim dan Supomo (2016) keunggulan *Return On Assets* (ROA) adalah sebagai berikut:

- a. Perhatian manajemen dititik beratkan pada maksimalisasi laba atas modal yang diinvestasikan.
- b. ROA dapat dipergunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.
- c. Analisa ROA dapat juga digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produksi yang dihasilkan oleh perusahaan.

Dalam penelitian Riana Rianti (2016) kelebihan dari *Return On Assets* (ROA) yaitu:

- a. Selain ROA berguna sebagai alat kontrol, juga berguna untuk keperluan perencanaan, misalnya ROA dapat dipergunakan sebagai dasar pengambilan keputusan apabila perusahaan akan melakukan ekspansi. Perusahaan dapat mengestimasi ROA yang harus melalui investasi pada aktiva tetap.

- b. ROA dipergunakan sebagai alat mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan menerapkan sistem biaya produksi yang baik, maka modal dan biaya dapat dialokasikan ke dalam berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga dapat dihitung profitabilitas masing-masing produk.
- c. Kegunaan ROA yang paling prinsip berkaitan dengan efisiensi penggunaan modal, efisiensi produksi dan efisiensi penjualan. Hala ini dapat dicapai apabila perusahaan telah melaksanakan praktek akuntansi secara benar.

Penulis akan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA), dengan alasan bahwa rasio ini mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia dalam perusahaan. *Return On Assets* paling sering digunakan investor untuk menilai hasil kinerja manajemen secara keseluruhan.

3. *Return On Equity* (ROE)

Hasil usaha yang optimal yang dicapai dengan menggunakan modal perusahaan yang diinvestasikan dalam aktiva untuk mendapat keuntungan. Penghasilan yang tersedia atas pemilik suatu modal yang diinvestasikan suatu perusahaan diukur dengan *return on equity* (ROE). Rasio tersebut bertujuan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar tingkat pengembalian modal sendiri dari saham yang diinvestasikan keperusahaan melalui kesarnya pendapatan atau laba yang dihasilkan perusahaan. *Return on equity* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham. ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan dalam perusahaan (Syamsuddin, 2015). ROE digunakan untuk mengukur tingkat kembalian perusahaan atau efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Noor (2016) *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemegang saham. ROE adalah ukuran kemampuan modal sendiri (*equity*) menghasilkan laba pertahun. Rasio ini menunjukkan tingkat presentase yang dapat dihasilkan ROE sangat penting bagi para pemegang saham dan calon investor, karena ROE yang tinggi berrarti pula dan kenaikan ROE akan menyebabkan kenaikan saham.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa ROE adalah rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham yang dimiliki perusahaan. ROE diperoleh dengan membandingkan antara *net income after tax* (laba bersih setelah pajak) dengan *total equity* (total modal saham).

ROE merupakan ukuran efisiensi atas pengelolaan investasi apabila terdapat peningkatan ROE maka pengelolaan yang dilakukan manajemen perusahaan dianggap semakin efisien (Syamsuddin, 2015). ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Standar umum rata-rata industri untuk *ROE* adalah 40% (Kasmir, 2014). Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan karena memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar kepada pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

ROE dianggap sebagai representasi dari kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan. ROE sangat penting bagi para pemegang saham dan calon investor, karena ROE yang tinggi berarti para pemegang saham akan memperoleh dividen yang tinggi pula dan kenaikan ROE akan menyebabkan kenaikan harga saham. Para analis sekuritas dan pemegang saham umumnya sangat memperhatikan rasio ini, semakin tinggi ROE yang dihasilkan perusahaan, akan semakin tinggi harga sahamnya.

Semakin besar nilai ROE, akan menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar nilai ini mencerminkan pengembalian perusahaan dari seluruh modal yang diberikan pada perusahaan. Menurut Kasmir, menyatakan bahwa nilai ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Kasmir, 2016). Ketika nilai ROE mengalami kenaikan maka harga saham juga akan meningkat karena investor akan melihat manajerial dalam mengolah aktivitya menjadi laba sehingga investor akan tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan dengan angka ROA yang tinggi sehingga meningkatkan permintaan saham dan kenaikan harga saham.

Pangabea (2015) menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) yang merupakan perbandingan antara laba bersih dengan ekuitas merupakan salah satu dari dua faktor dasar dalam menentukan pertumbuhan tingkat pendapatan perusahaan. Masih menurut Pangabea, ada dua sisi dalam menggunakan ROE, kadang diasumsikan bahwa ROE yang akan datang merupakan perkiraan dari ROE yang lalu, tetapi ROE yang tinggi dimasa lalu tidak menjamin ROE yang akan datang masih tetap tinggi

Return On Equity (ROE) biasanya menjadi perhatian pemegang saham pada umumnya atau calon pemegang saham dan manajemen. Semakin tinggi ROE suatu perusahaan berarti semakin besar return yang akan diterima investor dari investasinya tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika semakin rendah ROE suatu

perusahaan maka akan semakin rendah return yang akan diterima investor, sehingga berdampak negatif terhadap harga saham di pasar (Alwi, 2016).

2.3. Nilai Perusahaan

2.3.1. Pengertian Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan atau kekayaan, terutama bagi para pemegang sahamnya, terwujud berupa upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan yang bersangkutan. Tujuan ini bersifat garis besar, karena pada praktiknya tujuan itu senantiasa dipengaruhi oleh keputusan-keputusan dibidang keuangan. Definisi nilai perusahaan mempunyai banyak arti, tergantung pada sudut pandang yang menilai dalam hubungannya dengan keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen. Nilai perusahaan tidak dapat diukur berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan. Hal ini diperjelas oleh Sudana (2015) banyak pihak berpendapat bahwa tujuan suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba, namun demikian memaksimalkan laba dinilai kurang tepat sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan di bidang keuangan.

Hasnawati (2015) menyatakan bahwa nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan memberikan gambaran mengenai kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, sejak perusahaan didirikan sampai dengan saat ini.

Brealey et. al (2014) menyatakan bahwa nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa baikkah keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depannya. Nilai perusahaan akan tercermin melalui harga saham perusahaan. Jika harga saham mengalami peningkatan maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan begitu juga sebaliknya.

Nilai perusahaan dipandang sebagai sesuatu yang sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka akan diikuti dengan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Fenandar dan Surya, 2012).

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimumkan nilai perusahaan akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa

nilai perusahaan mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi (Horne dan Wachowicz, 2014).

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan mencerminkan nilai sekarang dari pendapatan yang diharapkan di masa mendatang serta mencerminkan bahwa perusahaan merupakan dampak atas keputusan yang telah diambil oleh manajer keuangan terhadap harga saham perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan dalam konteks pengambilan keputusan keuangan kurang tepat jika dinilai berdasarkan perolehan laba perusahaan.

2.3.2. Metode Penentu Nilai Perusahaan

Di dalam ilmu manajemen perusahaan yang sedang berjalan. Tiga metode tersebut seperti yang dipaparkan oleh Hidayat dkk (2011) dalam laporan penelitiannya yang berjudul Analisa Hubungan Antara Manajemen Aset dan Modal Kerja Terhadap Nilai dan Pertumbuhan Perusahaan yaitu:

1. Metode Kapasitas Laba

Menurut metode ini nilai perusahaan ditentukan oleh potensi perusahaan memperoleh hasil penjualan dan laba. Semakin tinggi perusahaan yang dituju mendapatkan hasil penjualan maka dapat diharapkan perusahaan mampu mengumpulkan keuntungan yang tinggi.

a. Metode Taksasi Nilai Harta Perusahaan

Metode penilaian kedua menyatakan nilai saham perusahaan yang ditentukan dari hasil taksasi nilai saham yang dimiliki perusahaan. Taksasi itu dapat dilakukan berdasarkan:

1) Nilai buku harga *netto*

Jumlah nilai buku harta *netto* perusahaan dihitung dengan mengurangi seluruh utang perusahaan kepada pihak ketiga dari jumlah seluruh aktiva, yaitu dengan cara mengurangi harta tidak berwujud (*Good will, patent*, biaya pra-investasi dan sebagainya) dengan jumlah seluruh aktiva perusahaan.

2) Nilai reproduksi harta

Menurut metode ini nilai perusahaan ditentukan oleh jumlah dana yang harus dikeluarkan untuk mengganti harga fisik, organisasi, pengetahuan dan pengalaman bisnis yang dewasa ini dimiliki perusahaan. Salah satu kelemahan metode ini adalah sulitnya menentukan harga non-fisik perusahaan, seperti organisasi, citra di dunia bisnis, dan pengetahuan bisnis mereka.

b. Nilai Buku Harga Netto

Nilai buku perusahaan dapat dilihat di sisi neraca terakhir, jumlah nilai buku harga netto perusahaan dihitung dengan mengurangi seluruh hutang perusahaan kepada pihak ketiga dari jumlah seluruh aktiva.

Nilai buku Harga Netto biasanya adalah harga pada saat aktiva tersebut diperoleh (nilai historis) yang pada banyak kasus adalah sama dengan harga belinya yang dikurangi dengan sejumlah depresiasi yang telah dibebankan selama umur penggunaan aktiva tersebut.

c. Nilai Reproduksi Harta

Menurut metode ini nilai perusahaan ditentukan oleh jumlah dana yang harus dikeluarkan untuk mengganti harga fisik, organisasi, pengetahuan dan pengalaman bisnis yang dewasa ini dimiliki perusahaan.

Salah satu kelemahan metode ini adalah sulitnya menentukan harga non-fisik perusahaan, seperti organisasi, citra di dunia bisnis, dan pengetahuan bisnis mereka.

2. Metode Taksasi Nilai Pasar

Metode ini dipergunakan untuk menentukan nilai perusahaan yang sahamnya telah diperdagangkan di bursa efek. Menurut metode ini harga saham perusahaan di bursa efek menggambarkan nilai perusahaan tersebut sewajarnya. Dengan demikian nilai perusahaan dihitung dengan jalan mengalikan jumlah saham dengan harga tiap lembar sahamnya.

2.3.3. Tujuan Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah struktur modal yang terbaik (Husnan, 2016). Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Menurut Sudana (2015) tujuan normatif suatu perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi para pemegang saham, yang dalam jangka pendek bagi perusahaan go public tercermin pada harga pasar saham perusahaan yang bersangkutan di pasar modal.

Menurut Suharli (2016) secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan diantaranya adalah:

- a. Pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau Price Earning
- b. Ratio, metode kapitalisasi proyeksi laba.
- c. Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas.
- d. Pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen.
- e. Pendekatan aktiva anatara lain metode penilaian aktiva
- f. Pendekatan harga saham.
- g. Pendekatan Economic Value Added (EVA)

2.3.4. Indikator untuk Mengukur Nilai Perusahaan Nilai Perusahaan

Indikator-indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio adalah salah satu rasio nilai pasar yang digunakan oleh analis fundamental dalam menganalisa keputusan investasinya. Rasio ini bergantung pada data pasar keuangan, seperti harga pasar saham biasa perusahaan. Analisis fundamental adalah analisis untuk menghitung nilai instrinsik perusahaan dengan menggunakan data keuangan perusahaan, nilai instrinsik perusahaan dapat diwujudkan dengan harga saham (Tandelilin, 2015).

Rasio ini mengukur bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa investor mempunyai harapan yang baik tentang perkembangan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga untuk pendapatan per saham tertentu, investor bersedia membayar dengan harga yang mahal (Sudana 2015).

Menurut Bahagia (2015) hubungan faktor-faktor tersebut terhadap PER dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Semakin tinggi pertumbuhan laba semakin tinggi PER nya, dengan kata lain hubungan antara pertumbuhan laba dengan PER nya bersifat positif. Hal ini dikarenakan bahwa prospek perusahaan dimasa yang akan datang dilihat dari pertumbuhan laba, dengan laba perusahaan yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya yang dikeluarkan secara efisien. Laba bersih yang tinggi menunjukkan *EPS* yang tinggi, yang berarti perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang baik, dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pemodal untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga saham-saham dari perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas dan pertumbuhan laba yang tinggi akan memiliki PER yang tinggi pula, karena saham-saham akan lebih diminati di bursa sehingga kecenderungan harganya meningkat lebih besar.
- b. Semakin tinggi DPR semakin tinggi PER nya. DPR memiliki hubungan positif dengan PER, dimana DPR menentukan besarnya dividen yang diterima oleh pemilik saham dan besarnya dividen ini secara positif dapat mempengaruhi harga saham terutama pada pasar modal didominasi yang mempunyai strategi mengejar dividen sebagai target utama, maka semakin tinggi dividen semakin tinggi PER.
- c. Semakin tinggi *Required Rate of Return* semakin rendah PER, *Required Rate of Return* merupakan tingkat keuntungan yang dianggap layak bagi investasi saham, atau disebut juga sebagai tingkat keuntungan yang disyaratkan. Jika

keuntungan yang diperoleh dari investasi tersebut ternyata lebih kecil dari tingkat keuntungan yang disyaratkan, berarti hal ini menunjukkan investasi tersebut kurang menarik, sehingga dapat menyebabkan turunnya harga saham tersebut dan sebaliknya. Dengan begitu *Required Rate of Return* memiliki hubungan yang negatif dengan PER, semakin tinggi tingkat keuntungan yang disyaratkan maka semakin rendah nilai PER nya.

PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Tobin' s Q

Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin' s Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin' s Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston dan Copeland, 2015). Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

Perusahaan dengan Tobin' s Q tinggi atau $q > 1,00$ mengindikasikan bahwa kesempatan investasi lebih baik, memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, dan mengindikasikan manajemen dinilai baik dengan aset-aset di bawah pengelolaannya. Berikut ini rumus Tobin' s Q :

$$Q = \frac{MVS + MVD}{RVA}$$

Keterangan:

Q : Nilai Perusahaan

MVS : *Market value of all outstanding shares, i.e. the firm' s Stock Price* Outstanding Shares*

MVD : *Market value of all debt (current liabilities - current asset + long term debt)*

RVA : *Replacement value of assers (Niai Penggantian Seluruh Aset)*

3. Price Book Value (PBV)

Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

Menurut Tandelilin (2016) hubungan antara harga pasar saham dan nilai buku per lembar saham bisa juga dipakai sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan

nilai suatu saham, karena secara teoritis, nilai pasar suatu saham haruslah mencerminkan nilai bukunya. Rasio ini untuk mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Sudana 2015).

Menurut Hidayati (2014) *Price to Book Value* (PBV) mempunyai beberapa keunggulan sebagai berikut:

- a. Nilai buku mempunyai ukuran intuitif yang relatif stabil yang dapat diperbandingkan dengan harga pasar. Investor yang kurang percaya dengan metode discounted cash flow dapat menggunakan price to book value sebagai perbandingan.
- b. Nilai buku memberikan standar akuntansi yang konsisten untuk semua perusahaan PBV dapat diperbandingkan antara perusahaan – perusahaan yang sama sebagai petunjuk adanya under atau overvaluation.
- c. Perusahaan – perusahaan dengan earning negatif, yang tidak bisa dinilai dengan menggunakan price earning ratio dapat dievaluasi menggunakan price to book value (PBV).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *Price Book Value* (PBV). PBV mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh.

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Book Value}}$$

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal/murahnya suatu saham. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham.

2.4. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.4.1. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang berhubungan dengan harga saham telah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya sehingga hasil penelitian mereka dapat dijadikan landasan untuk penelitian ini. Berikut beberapa hasil penelitian sebelumnya.

Tabel 2.1
Peneliti Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1	Ria Nofrita (2013)	Pengaruh Profitabilitas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Profitabilitas ○ Kebijakan 	Analisis Regresi	Profitabilitas dan kebijakan deviden

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
		terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)	Deviden ○ Nilai Perusahaan	Berganda	berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Fahla Amalina Rahmi (2014)	Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Agriculture yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013)	○ Profitabilitas ○ Struktur Modal ○ Nilai Perusahaan	Analisis Regresi Berganda	○ Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan ○ Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan ○ Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan
3	Idha Ayu Apsari (2015)	Pengaruh <i>Return On Equity, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio, Dan Longterm Debt To Equity Ratio</i> Terhadap <i>Price Book Value</i> (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2013)	○ <i>Return On Equity</i> ○ <i>Net Profit Margin</i> ○ <i>Debt To Equity Ratio</i> ○ <i>Longterm Debt To Equity Ratio</i> ○ <i>Price Book Value</i>	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ROE, NPM, DER, dan LDER berpengaruh signifikan terhadap PBV, sedangkan secara parsial ROE dan NPM berpengaruh positif signifikan terhadap PBV, dan DER dan LDER tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV
4	Rahmatul Mu' azizah (2017)	Pengaruh <i>Net Profit Margin (NPM), Sales Growth, Current Ratio, Keputusan Investasi Dan Return On Asset (ROA)</i> terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang	○ <i>Net Profit Margin (NPM)</i> ○ <i>Sales Growth</i> ○ <i>Current Ratio</i> ○ Keputusan Investasi ○ <i>Return On Asset (ROA)</i> ○ Nilai Perusahaan	Analisis Regresi Berganda	Hasil pengujian mendapatkan hasil bahwa <i>sales growth</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>net profit margin, current ratio, keputusan investasi yang diproksikan dengan price earning</i>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
		Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016			<i>ratio</i> , dan <i>return on asset</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan
5	Ria Nofrita (2013)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)	<ul style="list-style-type: none"> o ROA o Kebijakan Dividen 	Analisis Regresi Berganda	Profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengaruh profitabilitas terhadap kebijakan dividen tidak signifikan
6	Abdul Chadjib Halik (2018)	Pengaruh ROA, ROE dan NPM terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Antam, Tbk	<ul style="list-style-type: none"> o ROA o ROE o NPM o Nilai Perusahaan 	Analisis Regresi Berganda	NPM, ROA dan ROE berpengaruh nilai perusahaan pada PT. Antam, Tbk dengan nilai F hitung sebesar 13.563 dan nilai koefisien determinasi sebesar 71,5%, sedangkan sisanya 28,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini, misalnya rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio leverage, rasio pasar dan lain-lain
7	Zulfa Afifatul Azhar (2019)	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016)	<ul style="list-style-type: none"> o ROE o DPR o Nilai Perusahaan (PER) 	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen. Selain itu, kebijakan dividen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara stimulan, variabel

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
					profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji sobel, diketahui bahwa variabel kebijakan dividen sebagai variabel intervening dapat memediasi hubungan antara variabel profitabilitas dan nilai perusahaan.
8	Dea Putri Ayu (2017)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan	<ul style="list-style-type: none"> ○ ROA ○ CSR ○ PER 	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian ini yaitu: (1) Profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. (2) Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
9	Bayu Irfandi Wijaya (2015)	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi)	<ul style="list-style-type: none"> ○ ROI ○ PER ○ DPR ○ PBV 	Analisis Regresi Berganda	Hasil analisis diketahui bahwa kebijakan dividen memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan kesempatan investasi memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
					nilai perusahaan.
10	Mhd Rajab (2017)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang terdapat di Jakarta Islamic Index tahun 2011-2015)	<ul style="list-style-type: none"> ○ ROA ○ CSR ○ PER 	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderating berpengaruh positif terhadap hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan
11	Grandy Tarima (2016)	Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014	<ul style="list-style-type: none"> ○ Profitabilitas ○ Keputusan ○ Investasi ○ Keputusan Pendanaan ○ Nilai Perusahaan 	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan secara simultan maupun parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI Periode 2011-2014.
12	Edi Purnomo (2019)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 - 2016)	<ul style="list-style-type: none"> ○ ROA ○ DER ○ PBV 	Analisis Regresi Berganda	Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. Profitabilitas merupakan gambaran manajemen dalam mengelola perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik maka perusahaan dapat

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
					mengoptimalkan struktur modal dalam pendanaan perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan
13	Kristianus Ronaldo Jeman (2020)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI	<ul style="list-style-type: none"> ○ ROE ○ DER ○ PBV 	Analisis Regresi Berganda	Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan 1) Profitabilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2) Profitabilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap struktur modal. 3) Struktur modal memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 4) Profitabilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan struktur modal menjadi variabel perantara.
14	Kartika Hadiyanti Wulan Sari (2015)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> ○ ROA ○ DPR ○ PBV 	Analisis Regresi Berganda	Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis jalur untuk variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel intervening maka hasilnya dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen. Kebijakan dividen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
					Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen terbukti memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Ketika profitabilitas naik maka nilai perusahaan melalui kebijakan dividen akan naik.
15	Sherlyn Evania (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Dividen Tunai, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> ○ ROE ○ DPR ○ DPS ○ PBV 	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menemukan bahwa 1) profitabilitas berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, 2) Hasil pengukuran analisis regresi berganda menunjukkan bahwa dividen tunai berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, 3) Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
16	Sabrin (2016)	The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange	<ul style="list-style-type: none"> ○ Profitability ○ Firm Value 	Analisis Regresi Berganda	Hasil analisis data membuktikan bahwa profitabilitas telah mempengaruhi nilai perusahaan karena nilainya positif pada pencapaian laba untuk membenarkan pembayaran dividen, sehingga harga saham akan meningkat karena perusahaan menunjukkan sinyal positif untuk membayar dividen.
17	Ida Ayu Gede Dika	Profitability and on Firm Value	<ul style="list-style-type: none"> ○ Profitability ○ Liquidity 	Analisis Regresi	Profitabilitas berpengaruh positif

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
	Martami Sari (2020)	and Capital Structure as Intervening Variable	<ul style="list-style-type: none"> ○ Firm Value ○ Capital Structure 	Berganda	<p>dan signifikan terhadap struktur modal, Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal, struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas memiliki pengaruh negatif dan signifikan. pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan struktur modal mampu memediasi pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.</p>
18	Purwohandoko (2017)	The Influence of Firm' s Size, Growth, and Profitability on Firm Value with Capital Structure as the Mediator: A Study on the Agricultural Firms Listed in the Indonesian Stock Exchange	<ul style="list-style-type: none"> ○ Firm' s Size ○ Growth ○ Profitability ○ Firm Value ○ Capital Structure 	Analisis Regresi Berganda	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap struktur modal (rasio utang) perusahaan sektor pertanian yang listing di Bursa Efek Indonesia (idx) pada periode penelitian 2011- 2014 Secara parsial hasil penelitian diuraikan sebagai berikut: ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada struktur modal (rasio utang), pertumbuhan perusahaan tidak</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
					berpengaruh pada struktur modal (rasio utang), efek negatif terhadap profitabilitas modal struktur sektor pertanian perusahaan pada periode pencatatan bursa Indonesia periode 2011-2014.
19	Markonah (2020)	Effect Of Profitability, Leverage, And Liquidity To The Firm Value	<ul style="list-style-type: none"> ○ Profitability ○ Leverage ○ Liquidity ○ Firm Value 	Analisis Regresi Berganda	The results of the F test show that profitability (ROA), leverage (DER), and liquidity (CR) adequately explain the influence on firm value (PBV). Result of research show that profitability (ROA) and leverage (DER) have significant effect to company value variable (PBV) while variable of liquidity (CR) has no significant effect to company value variable (PBV). The results of Determination Coefficient Test showed that the proportion influence of profitability, leverage and liquidity to company value was 86%. While the rest of 14% influenced by other variables.
20	Herman Ruslim and Michae	The Effect Of Financial Ratio On Company	<ul style="list-style-type: none"> ○ Financial Ratio ○ Company 	Analisis Regresi	The result of this study is indicated that partially positive and

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
	(2019)	Value With Inflation As A Moderation Variable	Value ○ Inflation	Berganda	significant effect on firm value (PBV) is the capital structure variable (DAR) and profitability (ROA), while company growth (growth) partially has a negative and no significant effect on firm value. Therefore, inflation moderates the effect of the relationship of profitability on firm value. The result of Simultaneous test showed that there is a significant effect of capital structure, company growth, profitability, and inflation simultaneously on firm value.

2.4.2. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Profitabilitas (*Net Profit Margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan

Net profit margin digunakan untuk melihat proporsi pendapatan yang berpengaruh terhadap laba. Rasio ini juga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Semakin tinggi NPM maka semakin produktif dan efisien kinerja suatu perusahaan dalam menekan biaya untuk menghasilkan laba (Syamsuddin, 2015). *Net profit margin* (NPM) yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, sehingga dapat menghasilkan laba bersih yang besar melalui aktifitas penjualannya (Syamsuddin, 2015). Dengan melihat NPM yang besar pada suatu perusahaan, dapat digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian saham emiten, karena laba bersih yang meningkat dapat mempengaruhi minat investor untuk menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan, yang pada akhirnya akan menyebabkan harga saham perusahaan meningkat. Harga saham yang meningkat diikuti pula dengan nilai perusahaan yang meningkat.

Begitu juga sebaliknya semakin rendah net profit margin maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Berpengaruh negative mengindikasikan bahwa net profit

margin dipandang investor sebagai suatu keadaan perusahaan yang tidak menentu. Laba jangka panjang dianggap memiliki resiko yang besar mengingat perekonomian di Indonesia sedang mengalami fluktuasi atau lesut. Perkembangan perusahaan juga terlihat memiliki dampak yang negatif terhadap nilai perusahaan. Sehingga investor akan memandang lebih tertarik dalam mendapatkan laba jangka pendek daripada laba jangka panjang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Putri (2013), menyatakan bahwa *net profit margin* memiliki pengaruh positif terhadap *price to book value* (PBV).

2. Pengaruh Profitabilitas (*Return on Asset*) terhadap Nilai Perusahaan

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba bersih. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya. Efisiensi perputaran asset dan atau semakin tinggi ROA yang diperoleh perusahaan, hal ini akan berdampak pada nilai perusahaan.

Return on assets sering digunakan oleh para manajer untuk mengukur kinerja perusahaan dengan laba bersih terhadap total asset. Meskipun demikian, karena laba bersih mengukur keuntungan setelah dipotong beban bunga, praktik ini membuat profitabilitas yang jelas dari perusahaan sebagai fungsi struktur modalnya. Lebih baik menggunakan laba bersih ditambah bunga karna untuk mengukur tingkat pengembalian seluruh asset perusahaan, bukan hanya investasi ekuitas (Brealey et al, 2014). Peningkatan ROA merupakan sinyal positif bagi investor, sehingga peningkatan ROA diikuti dengan peningkatan PBV (Sari dan Chabachib, 2013). Menurut penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sari dan Chabachib (2013) dan Putri (2012) mengatakan bahwa *return on assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap *price to book value* (PBV).

3. Pengaruh Profitabilitas (*Return on Equity*) terhadap Nilai Perusahaan

ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Profitabilitas perusahaan yang diwakili oleh rasio-rasio ROA dan ROE, secara langsung dapat mempengaruhi return pemegang saham. Dengan asumsi bahwa jika ROA dan ROE besar hal ini menunjukkan kinerja perusahaan bagus sehingga perusahaan memiliki tingkat efisiensi yang baik pula, maka harga saham akan mengalami kenaikan pula, dan akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Return on Equity (ROE) adalah ukuran profitabilitas yang menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh manajemen dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan. Dengan kata lain, ROE menunjukkan keuntungan yang akan dinikmati oleh pemilik saham. Pertumbuhan ROE menunjukkan prospek

perusahaan yang semakin baik karena adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini ditangkap oleh investor sebagai informasi positif dari perusahaan karena adanya kenaikan laba membuat ekspektasi investor terhadap return menjadi tinggi, sehingga mendorong investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Sinyal positif tersebut menjadikan saham perusahaan menjadi menarik sehingga permintaan terhadap saham tersebut meningkat. Permintaan yang tinggi dengan penawaran yang tetap akan membuat harga saham naik. Tingginya harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan (Agus, 2014). Semakin tinggi nilai profit yang didapat maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat.

Menurut Harmono (2014) ROE yang merupakan salah satu profitabilitas memiliki hubungan kausalitas terhadap nilai perusahaan. Hubungan kausalitas terhadap nilai perusahaan. Hubungan kausalitas ini menunjukkan bahwa ROE yang dapat menggambarkan kinerja keuangan suatu perusahaan yang diukur menggunakan dimensi-dimensi profitabilitas dalam kondisi baik, maka akan memberikan dampak positif terhadap keputusan investor di pasar modal untuk menanamkan modalnya dalam bentuk penyertaan modal. Semakin banyak investor yang menanamkan modalnya di perusahaan maka akan semakin meningkatkan harga saham tersebut di pasar modal sehingga akan berdampak pula terhadap naiknya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Afidah (2014) yang menunjukkan bahwa ROE (*return on equity*) yang terbukti berpengaruh positif pada nilai perusahaan manufaktur dan penelitian oleh Su'aidah (2010) yang menggunakan variabel independen ROA dan ROE. Hasil dari kedua penelitian ini menyatakan bahwa kinerja keuangan dalam hal ini ROE memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Mursidah (2011) menemukan pengaruh positif dari *return on equity* terhadap return saham yang bermakna perusahaan akan mempunyai kemampuan untuk membagikan dividen yang cukup tinggi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

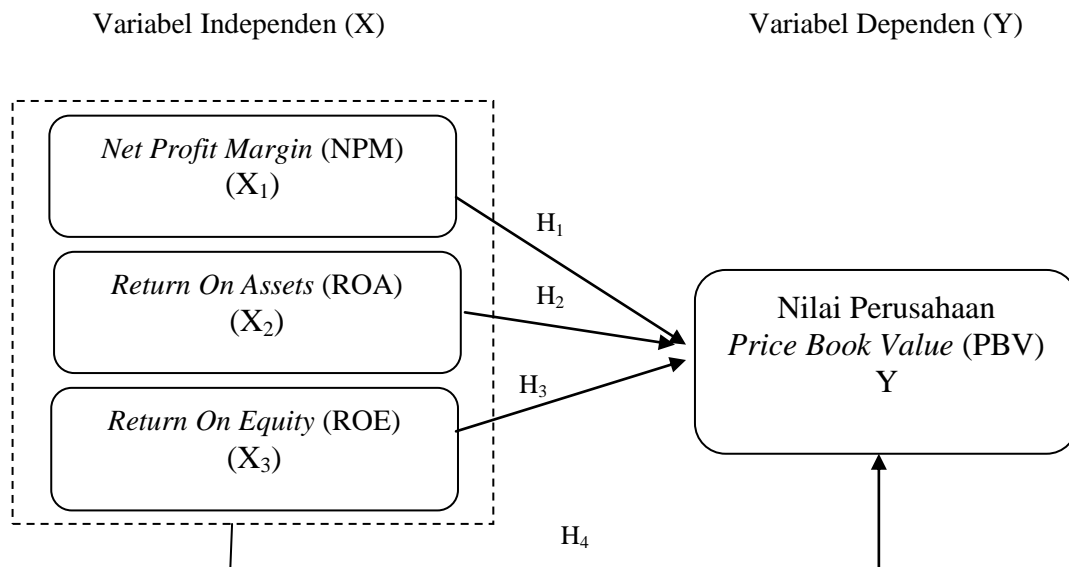
Nilai perusahaan merupakan salah satu parameter yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menarik para investor, salah satunya bisa berupa keuntungan (*dividend*) atau harga saham atau return saham. Apabila nilai perusahaan tinggi, akan semakin banyak investor yang mau membeli saham tersebut sehingga menyebabkan harga saham akan tinggi. Makin tinggi nilai perusahaan akan menguntungkan pemegang saham karena semakin besar laba yang akan diperoleh pemegang saham. Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2016) mengemukakan

semakin tinggi nilai perusahaan tentu saja menyebabkan semakin besar laba sehingga mengakibatkan harga pasar saham naik karena permintaan dan penawaran meningkat.

Menurut Tandelilin (2015) yang mengemukakan bahwa Jika laba perusahaan tinggi maka para investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut, sehingga harga saham tersebut akan mengalami kenaikan. Sehingga dari penjelasan di atas dapat diketahui hubungan antara NPM, ROA dan ROE dengan nilai perusahaan erat kaitannya sebagai sistem yang saling menguntungkan bagi perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai keuntungan yang ditawarkan kepada investor sebagai salah satu cara untuk memperoleh modal, dengan adanya modal yang cukup maka perusahaan akan dapat meningkatkan efektivitas bisnisnya sehingga laba yang diperoleh dari aktivitas (ROA) maksimal dan laba yang diperoleh dari operasional optimal (NPM).

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Chadjib Halik (2018) menyimpulkan NPM, ROA dan ROE berpengaruh nilai perusahaan pada PT. Antam, Tbk dengan nilai F hitung sebesar 13.563 dan nilai koefisien determinasi sebesar 71,5%, sedangkan sisanya 28,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini, misalnya rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio leverage, rasio pasar dan lain-lain.

Berdasarkan teori yang sudah dokemukakan diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Konstelasi Penelitian

2.5. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang perlu diuji kebenarannya. Hipotesis merupakan suatu awal dari persepsi seseorang terhadap suatu hal yang tentunya belum teruji kebenarannya. Oleh karena itu hipotesis harus diuji kebenarannya agar dapat atau layak dipertanggungjawabkan. Menurut Arikunto (2014:84) hipotesis yaitu suatu kesimpulan sementara, tetapi kesimpulan itu belum final masih harus dibuktikan kebenarannya atau hipotesis adalah suatu jawaban sementara atau dugaan sementara dimana ada kemungkinan benar dan juga kemungkinan salah. Berikut hipotesis untuk penelitian ini adalah:

- H₁ : Profitabilitas (*Net Profit Margin* (NPM)) berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H₂ : Profitabilitas (*Return On Asset* (ROA)) berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H₃ : Profitabilitas (*Return On Equity* (ROE)) berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H₄ : Profitabilitas *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif berupa studi kasus mengenai pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020. Pada penelitian ini akan menjelaskan pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020. Penelitian ini akan dibuktikan dengan melakukan pengujian hipotesis menggunakan metode analisis statistik yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi eviews.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah profitabilitas yang meliputi *Net Profit Margin (NPM)*, *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan Nilai Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020. Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan maka penulis melakukan penelitian atas variabel-variabel tersebut pada perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI. Unit analisis merupakan tingkat agregasi data yang dianalisis dalam penelitian. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *organization*, yang merupakan sumber data yang unit analisisnya merupakan respon dari divisi organisasi atau perusahaan yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan pada perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI. Untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan, maka penulis memilih melakukan riset data pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dimana lokasi BEI sendiri terletak di jalan Jendral Sudirman Kavling 52-53 Jakarta Selatan 12190.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah data kuantitatif, yang merupakan jenis data mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume, yang berupa angka-angka. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder (*secondary data*) berupa laporan keuangan (*annualy report*) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga selama periode yaitu tahun 2014-2020 dan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh melalui BEI dari situs resmi www.idx.co.id mengenai laporan keuangan tahunan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel
Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor
Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	1. Laba Bersih setelah Pajak 2. Penjualan Bersih	$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah Pajak}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$	Rasio
<i>Return On Assets</i> (ROA)	1. Laba Bersih setelah Pajak 2. <i>Total asset</i>	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	Rasio
<i>Return On Equity</i> (ROE)	1. Laba Setelah Pajak 2. Ekuitas	$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$	Rasio
Nilai Perusahaan	1. Harga Saham 2. Nilai Buku	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}} \times 100\%$	Rasio

3.5 Metode Penarikan Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakternya akan diteliti dan diharapkan dapat mewakili populasi yang ada. Metode *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik pemilihan sampel dengan pertimbangan yang didasarkan pada kriteria tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan sampel data dokumen atau laporan keuangan dalam perusahaan yang diperoleh dari lokasi penelitian menggunakan metode penarikan sampel yaitu *purposive sampling* yang didasarkan atas pertimbangan-pertimbangan tertentu dari peneliti. Penentuan kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel penelitian, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap hasil analisis. Kriteria-kriteria yang dipilih dalam penentuan sampel adalah:

1. Perusahaan tersebut yaitu Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2020.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan secara lengkap laporan keuangannya selama periode 2014-2020 pada situs resmi Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan positif.

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yaitu sebanyak 7 perusahaan.

Adapun 7 perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga sebagai berikut:

Tabel 3.2
Daftar Populasi Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk
2	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk
3	KPAS	PT. Cottonindo Ariesta Tbk
4	MBTO	PT. Martina Berto Tbk
5	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk
6	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
7	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk

Sumber: www.sahamok.com, diolah oleh penulis, 2020

Dari tujuh perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga, empat perusahaan yang memenuhi kriteria. Adapun sampel yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk
2	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk
3	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
4	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk

Sumber: www.idx.co.id, 2020

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi yaitu pengumpulan data dimulai dengan tahap penelitian pendahuluan yaitu dengan melakukan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku bacaan yang berkaitan dengan pokok bahasan dalam penelitian ini. Pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk melengkapi, memenuhi, dan menyusun skripsi ini melalui beberapa jenis prosedur pengumpulan data dan informasi yaitu dengan cara sumber sekunder.

Menurut Pasolongo (2014:70), sumber data sekunder merupakan semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Dan metode pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengakses dan mengunduh data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan pada tahun 2014-2020 yang diterbitkan oleh penyedia data, yaitu BEI melalui situs resmi www.idx.co.id serta data juga didapatkan dari www.duniainvestasi.com sebagai bahan penunjang penelitian. Data tersebut dimaksud agar dapat mendukung informasi menjadi lebih akurat dan lengkap.

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

3.7.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis Regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh ini melibatkan lebih dari dua variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Model persamaan regresi linier berganda yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 + \beta_2 + \beta_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
A	= Konstanta
β_1	= NPM
β_2	= ROA
β_3	= ROE
E	= Kesalahan Pengganggu

3.7.2. Uji Hipotesis

Prosedur analisis data yang akan digunakan oleh peneliti adalah analisis regresi data panel. Data panel adalah objek yang diteliti banyak dan dalam runtut waktu yang banyak juga. Analisis data merupakan serangkaian kegiatan identifikasi data setelah data yang diperlukan dalam penelitian sudah terkumpul. Artinya peneliti harus mengumpulkan data-data yang diperlukan lalu megolahnya, agar memberikan informasi yang benar dan relevan.

3.7.2.1. Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah teknik penelitian yang hanya menggambarkan keadaan data apa adanya melalui parameter-parameter seperti, *mean*, median, modus, standar deviasi, distribusi frekuensi dan ukuran statistik lainnya (Huang, 2015). Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui secara ringkas gambaran data yakni tentang ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data, serta kecenderungan gugus data.

3.7.2.2. Penentuan Model Estimasi Regresi Data Panel

Dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, antara lain:

a. Common Effect (CEM) atau Pooled Least Square (PLS)

Merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena pada model ini hanya mengkombinasikan data *cross section* dan *time series*. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bisa menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk mengestimasi model data panel.

b. Fixed Effect Model (FEM)

Pendekatan model *Fixed Effect* mengasumsikan bahwa *intercept* dari setiap individu adalah berbeda sedangkan *slope* antar individu adalah tetap (sama). Teknik ini menggunakan variabel *dummy* untuk menangkap adanya perbedaan *intercept* antar individu.

c. Random Effect Model (REM)

Model ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan atau *error* mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model ini, perbedaan *intercept* diakomodasi oleh *error term* masing-masing perusahaan. Keuntungan menggunakan *Random Effect Model* yaitu menghilangkan heteroskedastisitas. Model ini juga disebut dengan *Error Component Model* (ECM) atau teknik *Generalized Least Square* (GLS).

3.7.2.3. Pengujian Kesesuaian Model

Untuk mengetahui model apa yang akan digunakan, maka perlu dilakukan pengujian model:

a. Uji Chow (Uji statistik F)

Uji Chow digunakan untuk menentukan antara *Common Effect* atau *Fixed Effect*. Penelitian ini untuk memilih model yang digunakan antar CEM (*Common Effect Model*) dan FEM (*Fixed Effect Model*). Pengujian hipotesis untuk uji ini adalah sebagai berikut:

H0: Common Effect Model

H1: Fixed Effect Model

Apabila nilai $prob > F$ pada uji FEM lebih kecil dari 0,05 (5%), maka H1 diterima. Sedangkan jika sebaliknya nilai $prob > F$ pada uji FEM lebih besar dari 0,05 (5%), maka tolak H1.

b. Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk menentukan antara *Random Effect* atau *Fixed Effect*. Pengujian ini dilakukan untuk memilih antara *Fixed effect model* dan *Random effect model*. Pengujian hipotesis untuk uji ini adalah sebagai berikut:

H0: *Random Effect Model*

H1: *Fixed Effect Model*

Apabila nilai pada $\text{prob} > \chi^2$ pada uji Hausman lebih kecil dari 0,05 (5%), maka H1 diterima, yang berarti model *Fixed Effect Model*.

c. Uji *Langrange Multiplier* (LM)

Uji *Langrange Multiplier* (LM) digunakan untuk menentukan antara *Random Effect Model* atau *Common Effect Model*. Pengujian hipotesis untuk uji ini adalah sebagai berikut:

H0: *Common Effect Model*

H1: *Random Effect Model*

Apabila nilai $\text{prob} > \chi^2$ pada uji LM lebih besar 0,05 (5%), maka H0 ditolak, yang artinya model yang tepat untuk digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).

3.7.2.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel yang digunakan bebas memiliki hubungan satu sama lain, dan apakah antara periode yang diamati memiliki hubungan satu sama lain. Uji asumsi klasik juga dilakukan agar dapat mengetahui apakah data penelitian yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut, agar dapat menjawab hipotesis penelitian.

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Uji autokorelasi hanya terjadi pada data *time series*. Pengujian autokorelasi pada data yang tidak bersifat *time series* (*cross section* atau panel) akan tidak berarti.

Dari penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada regresi data panel, tidak semua uji asumsi klasik yang ada digunakan. Sehingga pada penelitian ini, peneliti akan melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah model dalam variabel dependen dan independen memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas pada dasarnya tidak merupakan syarat BLUE (*Best Linier Unbias Estimator*) dan beberapa pendapat tidak mengharuskan syarat ini sebagai sesuatu yang wajib dipenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari dilakukannya uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah di dalam model regresi yang digunakan memiliki korelasi yang tinggi antara variabel bebas. Model regresi yang baik adalah model yang tinggi antara variabel bebas. Hal ini dapat mengganggu hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Selain itu, korelasi yang tinggi antara variabel bebas membuat variabel tersebut tidak orthogonal, yakni variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Korelasi antar variabel dapat dideteksi dengan melihat nilai korelasi antar variabel bebas. Apabila korelasi lebih dari 0,75/0,8 maka dapat dipastikan antar variabel tersebut terdapat sebuah korelasi yang tinggi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah residual dari model yang terbentuk memiliki varians yang konstan atau tidak. Suatu model yang baik adalah model yang memiliki varians dari setiap gangguan atau residual konstan. Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana asumsi tersebut tidak tercapai. Dampak adanya heteroskedastisitas adalah tidak efisiennya proses estimasi, sementara hasil estimasinya tetap konsisten dan tidak bias. Eksistensi dari masalah heteroskedastisitas akan menyebabkan hasil Uji-t dan Uji-F menjadi tidak berguna (*miss leading*). Cara mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan *white heteroskedasticity test* pada *consistent standard error & covariance*.

3.7.2.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui kebenaran dan keakuratan dari hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis. Terdapat tiga jenis pengujian yang dilakukan untuk menguji hipotesis ini, yaitu:

1. Uji Parsial atau Uji-t

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Kesimpulan yang diambil dalam uji t ini adalah dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5\%$: tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5\%$: menolak H_0

2. Uji Simultan atau Uji-F

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen pada penelitian secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Dalam uji F kesimpulan yang diambil adalah dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5\%$: tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5\%$: menolak H_0

3. Uji Determinasi (R^2)

Uji Determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variabel dependen. Nilai dalam R^2 memiliki interval nilai 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Ketika nilai R^2 mendekati nilai 1, maka model regresi baik dan interval bebas memberikan informasi yang cukup dalam memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan apabila R^2 mendekati 0 maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Data yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini merupakan data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara. Penulis mendapatkan data dan informasi melalui *website* BEI yaitu www.idx.co.id dan *website* perusahaan-perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah variabel-variabel yang meliputi *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian terhadap perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2020. Berdasarkan pada data yang diperoleh dari www.sahamok.com bahwa perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga terdapat 7 perusahaan yang telah terdaftar di BEI. Berdasarkan pada metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengambilan sampel non acak dengan jenis *purposive sampling* atau memberikan kriteria tertentu, maka perusahaan yang telah memenuhi kriteria sebanyak 4 perusahaan sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Daftar Sampel yang Memenuhi Kriteria

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk
2	KINO	Kino Indonesia Tbk
3	TCID	Mandom Indonesia Tbk
4	UNVR	Unilever Indonesia Tbk

(Sumber: www.sahamok.com, diolah oleh peneliti, 2021)

4.2. Analisis Data

Pengujian “ Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020” dilakukan dengan pengujian statistik. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *eviews 9*.

Adapun variabel yang diteliti oleh penulis yaitu *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Sebelum melakukan uji hipotesis dilakukan dulu uji normalitas data untuk memenuhi kriteria normalitas data dan untuk memenuhi data yang BLUE (*Best, Linier, Unbiased, Estimator*)

4.2.1. Statistik Deskriptif

4.2.1.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum. Hasil Analisis Statistik Deskriptif dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	X1	X2	X3	Y
Mean	8.904583	15.19250	38.95958	13.05583
Median	6.960000	6.735000	9.820000	1.855000
Maximum	21.79000	46.66000	135.8500	82.44000
Minimum	3.470000	3.000000	4.560000	1.180000
Std. Dev.	5.483682	15.55104	51.03209	21.54627
Skewness	1.083742	1.011312	1.148219	1.799356
Kurtosis	2.718018	2.212793	2.401216	5.497845
Jarque-Bera	4.777501	4.710702	5.632170	19.18995
Probability	0.091744	0.094860	0.059840	0.000068
Sum	213.7100	364.6200	935.0300	313.3400
Sum Sq. Dev.	691.6278	5562.199	59898.31	10677.56
Observations	24	24	24	24

Sumber : Data Olahan e-Views 9, 2021

Bedasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas menunjukkan statistik deskriptif variabel yang digunakan dalam penelitian dengan jumlah data setiap variabel adalah 24 data perusahaan yang berasal dari *annual report* dan laporan keuangan yang dipublikasi oleh perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada kurun waktu 2014-2020 sebagai berikut:

1. *Net Profit Margin* (NPM) memiliki Nilai minimum dimiliki oleh Kino Indonesia Tbk. pada tahun 2017 sebesar 3,47. Nilai maksimum dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2018 sebesar 21,79. nilai rata-rata sebesar 8,904583. Dengan Nilai Standar deviasi untuk variabel *Net Profit Margin* (NPM) sebesar 5,483682.
2. *Return On Assets* (ROA) memiliki Nilai minimum dimiliki oleh Kino Indonesia Tbk. pada tahun 2018 sebesar 3,00. Nilai maksimum dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2018 sebesar 46,66. nilai rata-rata sebesar 15,19250. Dengan Nilai Standar deviasi untuk variabel *Return On Assets* (ROA) sebesar 15,55104.
3. *Return On Equity* (ROE) memiliki Nilai minimum dimiliki oleh Kino Indonesia Tbk. pada tahun 2019 sebesar 4,56. Nilai maksimum dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2016 sebesar 135,85. nilai rata-rata sebesar 38,95958.

Dengan Nilai Standar deviasi untuk variabel *Return On Equity* (ROE) sebesar 51,03209.

4. Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum dimiliki oleh Akasha Wira International Tbk pada tahun 2018 sebesar 1,18. Nilai maksimum dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2017 sebesar 82,44 dan nilai rata-rata sebesar 13,05583. Dengan nilai standar deviasi untuk variabel Nilai Perusahaan sebesar 21,54627.

4.2.1.2. Pemilihan Model (Teknik Estimasi) Regresi Data Panel

Penelitian ini menggunakan Uji Chow, Uji Hausman dan Uji LM untuk pemilihan model yang tepat antara *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model*. Setelah dilakukan *running* data untuk menguji beberapa model tersebut, maka selanjutnya peneliti memilih model yang terbaik yang akan digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji Chow

Uji ini digunakan untuk menentukan apakah model *common effect* atau *fixed effect* yang paling tepat. Pengujian hipotesis untuk uji ini yaitu:

H_0 : *Common Effect Model*

H_a : *Fixed Effect Model*

Untuk pengujian terbaik dalam uji chow, apabila nilai prob untuk *cross-section* $> 0,05$ maka H_0 diterima maka model yang terpilih adalah *Common Effect Model*, jika $< 0,05$ maka model yang akan terpilih adalah FEM.

Tabel 4.3
Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.512334	(3,17)	0.6792
Cross-section Chi-square	2.077330	3	0.0465

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai prob untuk *cross section* $0.0465 < 0,05$ yang berarti signifikan pada taraf 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji chow yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Selanjutnya untuk menunjukkan apakah *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model* yang paling tepat digunakan, maka harus dilakukan uji Hausman

2. Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk menentukan apakah *random effect model* atau *fixed effect model* yang paling tepat. Pengujian hipotesis untuk uji ini yaitu:

H_0 : *Random effect Model*

H_1 : *Fixed effect Model*

Untuk pengujian terbaik dalam Uji Hausman, dapat dilihat dari prob untuk *cross-section* jika nilai prob *cross-section* $> 0,05$ maka H_0 diterima maka model yang terpilih adalah *Random Effect Model*, jika $< 0,05$ maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*. Berikut hasil Uji Hausman:

Tabel 4.4
Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.537001	3	0.6738

Pada tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa nilai prob $0,06738 > 0,05$ yang berarti H_a ditolak dan H_0 diterima. Maka hasil dari Uji Hausman yang terpilih adalah *Random Effect*. Sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Random Effect Model* (REM).

3. Uji Langrange Multiplier (LM)

Uji langrange multiplier digunakan untuk menentukan apakah *Common Effect Model* atau *Random Effect Model* yang paling tepat. Pengujian hipotesis untuk uji ini yaitu:

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Random Effect Model*

Untuk terbaik dalam pengujian Uji LM, dapat dilihat dari nilai $(\text{prob} > \chi^2)$. Nilai $(\text{prob} < \chi^2)$ lebih kecil dari tingkat signifikan $0,05$, model yang terpilih adalah *Random Effect Model*. Jika nilai $(\text{prob} > \chi^2)$ lebih besar dari tingkat signifikan $0,05$ maka model yang terpilih adalah *Common Effect Model*.

Tabel 4.5
Hasil Uji Langrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided
(all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	1.815854 (0.1778)	0.034117 (0.8535)	1.849971 (0.1738)

Pada tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa prob $0,7424 > 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka hasil dari Uji LM yang terpilih adalah *Common Effect Model* (REM).

Untuk menentukan model mana yang tepat untuk penelitian ini, berikut tabel kesimpulan atas hasil uji model data panel:

Tabel 4.6
Hasil Uji Model Data Panel

No	Metode	Pengujian	Hasil
1	Uji Chow	H_0 : <i>Common Effect Model</i> H_1 : <i>Fixed Effect Model</i>	<i>Fixed Effect Model</i>
2	Uji Hausman	H_0 : <i>Random Effect Model</i> H_1 : <i>Fixed Effect Model</i>	<i>Random Effect Model</i>
3	Uji Langrange	H_0 : <i>Common Effect Model</i> H_1 : <i>Random Effect Model</i>	<i>Common Effect Model</i>

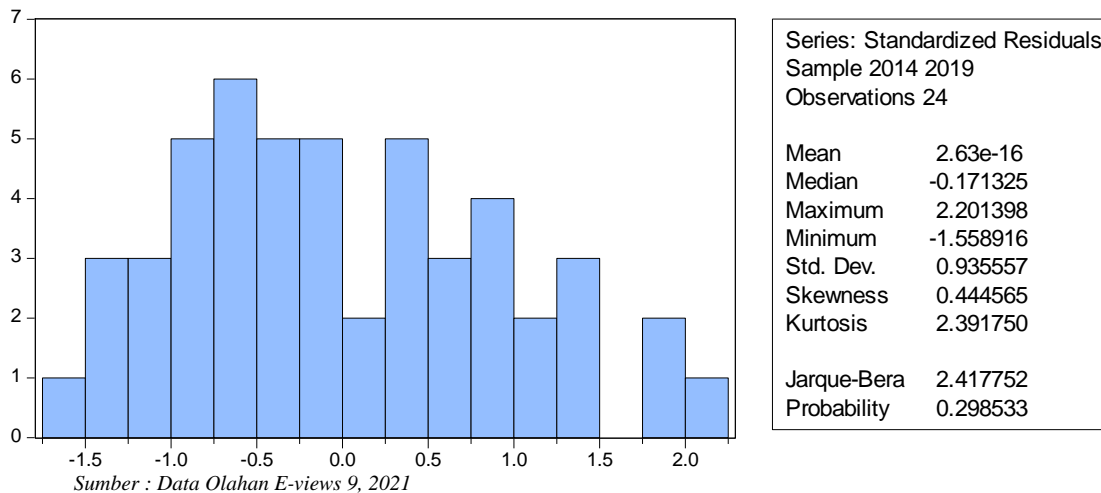
4.2.2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh model regresi dengan estimasi yang tepat dan tidak bias. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program statistik. Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Asumsi klasik yang harus dipenuhi oleh model regresi itu sendiri adalah residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas yang artinya antara variabel independen dalam model regresi tidak memiliki korelasi atau hubungan secara sempurna ataupun mendekati sempurna, tidak adanya heteroskedastisitas atau model regresi adalah homoskedastisitas yang artinya *variance* variabel independen dari satu pengamatan ke pengamatan lain adalah

konstan atau sama dan tidak adanya autokorelasi (non-autokorelasi) yang artinya kesalahan pengganggu dalam model regresi tidak saling berkorelasi.

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal. Hasil Uji Normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov yaitu dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya, dengan ketentuan jika nilai probabilitasnya $\geq 0,05$ maka residual terdistribusi normal. Sementara jika nilai probabilitasnya $\leq 0,05$ maka residual terdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel gambar ini:



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai signifikan untuk data *net profit margin*, *return on asset*, *return on equity*, sebesar 0,298533. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dimana data memiliki asymp. Sign. (2-tailed) yaitu 0,298533 lebih dari 0,05 ($0,298533 > 0,05$). Dengan kata lain model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil Uji Multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

	Y	X1	X2	X3
NPM	1.000000	-0.169920	-0.128074	-0.173871
ROA	-0.169920	1.000000	0.018960	-0.102925
ROE	-0.128074	0.018960	1.000000	-0.663314
PBV	-0.173871	-0.102925	-0.663314	1.000000

Sumber: Data Olahan E-Views 9, 2021

Dari hasil tersebut diketahui bahwa nilai seluruh variabel dibawah 0.8 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolineritas atau bebas dari Multikolineritas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.771388	0.264031	6.709028	0.0000
X1	-0.499519	0.316512	-1.578198	0.1214
X2	-0.383279	0.108500	-3.532534	0.2009
X3	-0.189641	0.056929	-3.331163	0.1017

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan *metode Glesjer* dapat diketahui bahwa Prob. Masing-masing variabel lebih besar dari 0,05, variabel *NPM* sebesar 0.1214, variabel *ROE* sebesar 0.2009 dan variabel *ROE* sebesar 0.1017 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji statistik ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas pada data penelitian.

4.2.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui bagaimana pembuktian atas jawaban sementara mengenai rumusan masalah yang belum dibuktikan kebenarannya. Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Uji hipotesis kadang disebut juga "konfirmasi analisis data". Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis. Jenis pengujian dalam uji hipotesis yaitu uji T (parsial), dan uji determinasi (R^2).

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk menguji pengaruh *NPM*, *ROA*, *ROE* terhadap Nilai Perusahaan. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.219886	4.729719	0.257919	0.7991
X1	0.591486	1.071917	2.551802	0.0472
X2	1.088582	0.469963	2.316312	0.0313
X3	0.655733	0.110841	5.915995	0.0000

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dirumuskan persamaan regresinya sebagai berikut :

$$PBV = 1,219886 + 0,591486X_1 + 1,088582X_2 + 0,655733X_3 + e$$

Dari persamaan diatas diketahui nilai konstanta sebesar 1,219886 artinya apabila semua variabel independennya itu sama dengan nol, maka nilai perusahaan akan bernilai sebesar 1,219886.

Koefisien regresi *net profit margin* sebesar 0,591486 hal ini menunjukkan setiap peningkatan 1% dari *net profit margin* akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 0,591486.

Koefisien regresi *return on asset* sebesar 1,088582 hal ini menunjukkan setiap peningkatan 1% dari *return on asset* akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 1,088582.

Koefisien regresi *return on equity* sebesar 0,655733. Hal ini menunjukkan setiap peningkatan 1% dari *return on equity* akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 0,655733.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas`independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Hasil uji signifikansi parsial (uji statistik t) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.219886	4.729719	0.257919	0.7991
X1	0.591486	1.071917	2.551802	0.0472
X2	1.088582	0.469963	2.316312	0.0313
X3	0.655733	0.110841	5.915995	0.0000

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

Berdasarkan hasil pengujian dalam tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Pengaruh *NPM* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel di atas menunjukkan *probability* variabel *Net Profit Margin* sebesar $0.0472 < 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2) Pengaruh *ROA* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel di atas menunjukkan *probability* variabel *Net Profit Margin* sebesar $0.0313 < 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Return on Asset* (ROA) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3) Pengaruh *ROE* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil signifikan dalam tabel di atas menunjukkan *probability* variabel *Return on Equity* (ROE) sebesar $0.0000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh

yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Return on Equity* (ROE) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, dengan kriteria H_0 ditolak jika nilai prob > 0.05 dan H_a diterima jika nilai prob < 0.05 . Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta = 0$ (tidak ada pengaruh X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y) tidak terdapat pengaruh antara variabel NPM, ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan)

$H_a: \beta \neq 0$ (tidak ada pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y) tidak terdapat pengaruh antara variabel NPM, ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan.

Berikut adalah hasil dari uji F:

Tabel 4.11
Hasil Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.909279	Mean dependent var	13.05583
Adjusted R-squared	0.895670	S.D. dependent var	21.54627
S.E. of regression	6.959461	Akaike info criterion	6.869093
Sum squared resid	968.6819	Schwarz criterion	7.065435
Log likelihood	-78.42911	Hannan-Quinn criter.	6.921183
F-statistic	66.81846	Durbin-Watson stat	2.937979
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

Berdasarkan tabel hasil Uji F diatas menunjukkan nilai prob (F-Statistic) kurang dari 0,05 dimana $0.0000 < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan *NPM*, *ROA*, *ROE* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sehingga H_4 diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan konsep statistik yang menyatakan bahwa sebuah garis regresi adalah baik jika nilai R^2 tinggi dan sebaliknya bila nilai R^2 rendah maka garis regresi kurang baik. Uji koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila angka koefisien determinasi semakin kuat berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

R-squared	0.909279	Mean dependent var	13.05583
Adjusted R-squared	0.895670	S.D. dependent var	21.54627
S.E. of regression	6.959461	Akaike info criterion	6.869093
Sum squared resid	968.6819	Schwarz criterion	7.065435
Log likelihood	-78.42911	Hannan-Quinn criter.	6.921183
F-statistic	66.81846	Durbin-Watson stat	2.937979
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

Berdasarkan tabel diatas memberikan nilai koefisien determinan R^2 sebesar 0,895670 atau sebesar 89,6%. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh *NPM*, *ROA*, dan *ROE* terhadap nilai perusahaan sebesar 89,6%. Sedangkan sisanya 10,4% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh *NPM* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa Net Profit Margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,0472 < 0,05$) maka *ROA* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Net profit margin digunakan untuk melihat proporsi pendapatan yang berpengaruh terhadap laba. Rasio ini juga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Semakin tinggi *NPM* maka semakin produktif dan efisien kinerja suatu perusahaan dalam menaikan biaya untuk menghasilkan laba (Syamsuddin, 2011:62).

Net profit margin (NPM) yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, sehingga dapat menghasilkan laba bersih yang besar melalui aktifitas penjualannya (Syamsuddin, 2016:62). Dengan melihat NPM yang besar pada suatu perusahaan, dapat digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian saham emiten, karena laba bersih yang meningkat dapat mempengaruhi minat investor untuk menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan, yang pada akhirnya akan menyebabkan harga saham perusahaan meningkat. Harga saham yang meningkat diikutipuladengan nilai perusahaan yang meningkat.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Putri (2013), menyatakan bahwa net profit margin memiliki pengaruh positif terhadap *price to book value* (PBV).

4.3.2. Pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,0313 < 0,05$) maka ROA secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Investor dalam melakukan investasi di Pasar Modal secara umum lebih memilih perusahaan yang profitable, sebab dengan memilih perusahaan yang profitable investor berkeyakinan akan mendapatkan keuntungan dari hasil investasinya yang berupa dividen yang dibagikan kepada pemegang saham. Return on Asset (ROA) merupakan salah satu indikator dari profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang dimilikinya (Mubarok, 2016).

Hal ini sejalan dengan teori yang mengatakan bahwa Return on Asset (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA berarti perusahaan semakin efisien. Semakin perusahaan efisien, maka nilai perusahaan semakin naik (Masodah, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri (2014) dan Saridewi (2016) yang menyatakan bahwa secara parsial *return on assets* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2016). Dengan demikian semakin tinggi pengembalian atas aset perusahaan maupun, maka akan semakin baik posisi perusahaan di mata investor. Informasi dalam ROA akan menjadi nilai positif bagi investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan

4.3.3. Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa hipotesis dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka ROA secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Return on equity merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Profitabilitas perusahaan yang diwakili oleh rasio-rasio *return on assets* dan *return on equity*, secara langsung dapat mempengaruhi return pemegang saham. Dengan asumsi bahwa jika *return on assets* dan *return on equity* besar hal ini menunjukkan kinerja perusahaan bagus sehingga perusahaan memiliki tingkat efisiensi yang baik pula, maka harga saham akan mengalami kenaikan pula, dan akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu (2016) yang menyatakan bahwa modal yang dipakai perusahaan tidak berasal dari modal sendiri, melainkan juga modal dari pihak luar berupa hutang. Jika hutang dalam modal lebih banyak, maka investor akan merasa khawatir atas pengembalian hutang yang semakin besar dan akan berdampak pada kelangsungan perusahaan ke depannya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Triagustina *et al* (2016) yang menyatakan bahwa *return on equity* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.4. Pengaruh NPM, ROA dan ROE terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian F dapat dibuktikan bahwa hipotesis dapat diterima dengan hasil penelitian bahwa secara bersama-sama *Net Profit Margin*, *Return on Asset*, *Return on Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka *Net Profit Margin*, *Return on Asset*, *Return on Equity* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan salah satu parameter yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menarik para investor, salah satunya bisa berupa keuntungan (dividend) atau harga saham atau return saham. Apabila nilai perusahaan tinggi, akan semakin banyak investor yang mau membeli saham tersebut sehingga menyebabkan harga saham akan tinggi. Makin tinggi nilai perusahaan akan menguntungkan pemegang saham karena semakin besar laba yang akan diperoleh pemegang saham. Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2016) mengemukakan semakin tinggi nilai perusahaan tentu saja menyebabkan semakin besar laba sehingga mengakibatkan harga pasar saham naik karena permintaan dan penawaran meningkat.

Menurut Tandelilin (2015) yang mengemukakan bahwa Jika laba perusahaan tinggi maka para investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut, sehingga harga saham tersebut akan mengalami kenaikan. Sehingga dari penjelasan di atas dapat diketahui hubungan antara NPM, ROA dan ROE dengan nilai perusahaan erat kaitannya sebagai sistem yang saling menguntungkan bagi perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai keuntungan yang ditawarkan kepada investor sebagai salah satu cara untuk memperoleh modal, dengan adanya modal yang cukup maka perusahaan akan dapat meningkatkan efektivitas bisnisnya sehingga laba yang diperoleh dari aktivitas (ROA) maksimal dan laba yang diperoleh dari operasional optimal (NPM).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis serta pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020 dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Terdapat Pengaruh *net profit margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020. Semakin tinggi NPM maka semakin produktif dan efisien kinerja suatu perusahaan dalam menekenbiaya untuk menghasilkan laba.
2. Terdapat Pengaruh *return on asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020. Semakin tinggi nilai ROA berarti perusahaan semakin efisien. Semakin perusahaan efisien, maka nilai perusahaan semakin naik
3. Terdapat Pengaruh *return on equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020. Semakin tinggi *return on equity* menunjukkan kinerja perusahaan bagus sehingga perusahaan memiliki tingkat efisiensi yang baik pula, maka harga saham akan mengalami kenaikan pula, dan akan mempengaruhi nilai perusahaan.
4. Terdapat Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan penelitian, maka penulis dapat menguraikan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman dalam bidang keuangan dan menerapkan teori-teori yang telah dipelajari khususnya mengenai profitabilitas dan nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbang saran bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian untuk memperbaiki atau meningkatkan usaha atau cara terhadap laporan keuangan sehingga laporan keuangan tersebut dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan relevan bagi pihak yang berkepentingan.

5.2.2 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan masalah struktur modal dan profitabilitas guna meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai masukan kepada manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan pemilihan kriteria investasi yang tepat untuk meminimalisasi risiko investasi. Selain itu hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai pendukung dan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzal, A. (2012), Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Alwi, Z. I. (2016). *Pasar Modal Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Yayasan Pancar Siwah
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assih, Prihat dan M. Gudono. (2014). Hubungan Tindakan Perataan Laba dengan Reaksi Pasar atas Pengumuman Informasi Laba Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi II*.
- Bahagia, Malla. (2011). Analisis Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM). Jakarta: UIN Syarifhidayatullah.
- Brealey, AR., Myers, SC. & Marcus, AJ. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta : Erlangga
- Chabachib, Mochammad. (2013). “ Analisis Pengaruh Leverage, Efektivitas Asset, dan Sales Terhadap Profitabilitas Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan” . *Jurnal Manajemen volume 2 No 3*.
- Darmadji & Fakhrudin. (2016). *Pasar Modal Di Indonesia: Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta: Salemba Empat
- Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston. (2014), *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 10, Jakarta: Salemba Empat
- Fahmi, Irham. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*, Bandung: Alfabeta.
- Fenandar, Ganny I. Raharja, S. (2012). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(2). h. 1-10.
- Halim, Abdul dan Bambang Supomo. (2016). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Harahap, Sofyan Syafri, (2014). *Analisis Kritis Laporan Keuangan*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Harmono. (2014). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus dan Riset Bisnis*. Edisi pertama. Bumi Aksara, Jakarta.

- Hermanto, Bambang & Agung, Mulyo. (2015). *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia
- Hidayat, Azhar. (2019). Pengaruh Kebijakan Utang dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2011). Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Hidayat, Riskin, (2011). “ *Keputusan Investasi Dan Financial Constraints: Studi Empiris Pada Bursa Efek Indonesia*” , Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan, April 2011
- Hidayati, E.E. (2014). Analisis Pengaruh DER, DPR, ROE, dan Size Terhadap PBV Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI Periode 2005-2007. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Horne, James C. Van dan John M. Wachowicz. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*, Edisi 12, Buku 2, Alih Bahasa Dewi Fitriyani dan Deny Arnos Kwary, Jakarta: Salemba Empat.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. PSAK No. 1 Tentang Laporan Keuangan– edisi revisi (2015). Penerbit Dewan Standar Akuntansi Keuangan: PT. Raja Grafindo
- Kasmir. (2014), *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenamedia Group
- Lawrence Gitman. (2015), *Principles of Managerial Finance*. United States: Pearson Addison Wesley.
- Mursidah, Nurfadillah. (2011). Analisis Pengaruh Earning Per Share (EPS), Debt to Equity Ratio (DER) dan Return On Equity (ROE) Terhadap Harga Saham PT Unilever Indonesia Tbk., *Samarinda*, STIE Muhammadiyah Samarinda
- Pandia, Frianto. (2014). *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Panggabean, R.L, J. (2015). Analisis Perbandingan Korelasi EVA dan ROE Terhadap Harga Saham LQ 45 di Bursa Efek Jakarta, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 3, No. 5
- Qodariyah, Silvia L. (2013), *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rianti, R. (2016). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Return Saham Pada Indeks Lq45 Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu manajemen*. Vol. 01(01).

- Sartono, Agus R. (2015). *Manajemen Keuangan (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Empat, Yogyakarta
- Sjahrial, Dermawan dan Djahotman Purba. 2014. *Analisis Laporan Keuangan Cara Mudah & Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sofian, Safri Harahap. (2014), *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Persada
- Sri Hasnawati. (2015), *Dampak Set Peluang Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta*. JAAI Volume 9 No 2.
- Sudana, I Made. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga
- Sudarmadji, Ardi Murdoko dan Lana Sularto. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT, Volume 2*.
- Sugiyono, Arief dan Edi Untung. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Sulistyanto, H. Sri. (2015). *Manajemen Laba, Teori dan Model Empiris*. Jakarta: Grasindo.
- Syamsuddin, Lukman. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi 4. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tandelilin, Eduardus. (2015). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*, Edisi Pertama, Kanisius IKAPI Yogyakarta
- Wahyudiono, Bambang. (2014). *Mudah Membaca Laporan Keuangan*, Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Weston, J. F dan Copeland, T.E. (2015). *Manajemen Keuangan Jilid I*. Edisi ke-9. Jakarta: Binarupa Aksara.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indriani Dwi Lestari
Alamat : Kp. Selaawi Rt05/01 Desa. Pasirmuncang Kec.
Caringin Kab. Bogor
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 13 Mei 1998
Umur : 24 Tahun
Agama : Islam

Pendidikan

- SD : SD NEGERI 1 PASIRMUNCANG
- SMP : SMP NEGERI 1 CIGOMBONG
- SMA : SMA NEGERI 1 CIGOMBONG
- PERGURUAN TINGGI : UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR

Bogor, Oktober 2022

(Indriani Dwi Lestari)

LAMPIRAN

Lampiran 1

Perhitungan Net Profit Margin (NPM) Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Priode 2014-2020

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

Kode	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Penjualan	NPM
ADES	2014	31.072.000.000	578.784.000.000	5,37
	2015	32.839.000.000	669.725.000.000	4,90
	2016	55.951.000.000	887.663.000.000	6,30
	2017	38.242.000.000	814.490.000.000	4,70
	2018	52.958.000.000	804.302.000.000	6,58
	2019	83.885.000.000	764.703.000.000	10,97
	2020	135.789.000.000	673.364.000.000	20,17
KINO	2014	104.160.456.499	3.339.386.491.005	3,12
	2015	262.980.202.426	3.603.847.602.517	7,30
	2016	181.110.153.810	3.493.028.761.680	5,18
	2017	109.696.001.798	3.160.637.269.263	3,47
	2018	150.116.045.042	3.611.694.059.699	4,16
	2019	515.603.339.649	4.678.868.638.822	11,02
	2020	113.665.219.638	4.024.971.042.139	2,82
TCID	2014	175.828.646.432	2.308.203.551.971	7,62
	2015	544.474.278.014	2.314.889.854.074	23,52
	2016	162.059.596.347	2.526.776.164.168	6,41
	2017	179.126.382.068	2.706.394.847.919	6,62
	2018	173.049.442.756	2.648.754.344.347	6,53
	2019	145.149.344.561	2.804.151.670.769	5,18
	2020	104.776.587.213	1.989.005.993.587	5,27
UNVR	2014	5.926.720.000.000	34.511.534.000.000	17,17
	2015	5.851.805.000.000	36.484.030.000.000	16,04
	2016	6.390.672.000.000	40.053.732.000.000	15,96
	2017	7.004.562.000.000	41.204.510.000.000	17,00
	2018	9.109.445.000.000	41.802.073.000.000	21,79
	2019	7.392.837.000.000	42.922.563.000.000	17,22
	2020	7.163.536.000.000	42.972.474.000.000	16,67

Lampiran 2

Perhitungan Return On Asset (ROA) Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Priode 2014-2020

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Kode	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Aset	ROA
ADES	2014	31.072.000.000	502.990.000.000	6,18
	2015	32.839.000.000	653.224.000.000	5,03
	2016	55.951.000.000	767.479.000.000	7,29
	2017	38.242.000.000	840.236.000.000	4,55
	2018	52.958.000.000	881.275.000.000	6,01
	2019	83.885.000.000	822.375.000.000	10,20
	2020	135.789.000.000	958.791.000.000	14,16
KINO	2014	104.160.456.499	1.863.380.544.823	5,59
	2015	262.980.202.426	3.211.234.658.570	8,19
	2016	181.110.153.810	3.284.504.424.358	5,51
	2017	109.696.001.798	3.237.595.219.274	3,39
	2018	150.116.045.042	3.592.164.205.408	4,18
	2019	515.603.339.649	4.695.764.958.883	10,98
	2020	113.665.219.638	5.255.359.155.031	2,16
TCID	2014	175.828.646.432	1.863.679.837.324	9,43
	2015	544.474.278.014	2.082.096.848.703	26,15
	2016	162.059.596.347	2.185.101.038.101	7,42
	2017	179.126.382.068	2.361.807.189.430	7,58
	2018	173.049.442.756	2.445.143.511.801	7,08
	2019	145.149.344.561	2.551.192.620.939	5,69
	2020	104.776.587.213	2.314.790.056.002	4,53
UNVR	2014	5.926.720.000.000	14.280.670.000.000	41,50
	2015	5.851.805.000.000	15.729.945.000.000	37,20
	2016	6.390.672.000.000	16.745.695.000.000	38,16
	2017	7.004.562.000.000	18.906.413.000.000	37,05
	2018	9.109.445.000.000	19.522.970.000.000	46,66
	2019	7.392.837.000.000	20.649.371.000.000	35,80
	2020	7.163.536.000.000	20.534.632.000.000	34,89

Lampiran 3

Perhitungan Return On Equity (ROE) Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Priode 2014-2020

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Kode	Tahun	Laba Bersih Seteleh Pajak	Ekuitas	ROE
ADES	2014	31.072.000.000	292.145.000.000	10,64
	2015	32.839.000.000	328.369.000.000	10,00
	2016	55.951.000.000	384.388.000.000	14,56
	2017	38.242.000.000	423.011.000.000	9,04
	2018	52.958.000.000	481.914.000.000	10,99
	2019	83.885.000.000	567.937.000.000	14,77
	2020	135.789.000.000	700.508.000.000	19,38
KINO	2014	104.160.456.499	662.384.708.554	15,73
	2015	262.980.202.426	1.776.629.252.300	14,80
	2016	181.110.153.810	1.952.072.473.629	9,28
	2017	109.696.001.798	2.055.170.880.109	5,34
	2018	150.116.045.042	2.186.900.126.396	6,86
	2019	515.603.339.649	2.702.862.179.552	19,08
	2020	113.665.219.638	2.557.235.546.221	4,44
TCID	2014	175.828.646.432	1.252.170.961.203	14,04
	2015	544.474.278.014	1.714.871.478.033	31,75
	2016	162.059.596.347	1.783.158.507.325	9,09
	2017	179.126.382.068	1.858.326.336.424	9,64
	2018	173.049.442.756	1.972.463.165.139	8,77
	2019	145.149.344.561	2.019.143.817.162	7,19
	2020	104.776.587.213	1.865.986.919.439	5,62
UNVR	2014	5.926.720.000.000	4.746.514.000.000	124,86
	2015	5.851.805.000.000	4.827.360.000.000	121,22
	2016	6.390.672.000.000	4.704.258.000.000	135,85
	2017	7.004.562.000.000	5.173.388.000.000	135,40
	2018	9.109.445.000.000	7.578.133.000.000	120,21
	2019	7.392.837.000.000	5.281.862.000.000	139,97
	2020	7.163.536.000.000	4.937.368.000.000	145,09

Lampiran 4

Perhitungan Price Book Value (PBV) Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Priode 2014-2020

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}} \times 100\%$$

Kode	Tahun	Harga Saham	Nilai Buku		PBV
			Ekuitas	Saham Beredar	
ADES	2014	980	292.145.000.000	589.896.800	1,98
	2015	1015	328.369.000.000	589.896.800	1,82
	2016	1000	384.388.000.000	589.896.800	1,53
	2017	885	423.011.000.000	589.896.800	1,23
	2018	920	481.914.000.000	589.896.800	1,13
	2019	1045	567.937.000.000	589.896.800	1,09
	2020	1510	700.508.000.000	589.896.800	1,27
KINO	2014	3540	662.384.708.554	1.428.571.500	7,63
	2015	3840	1.776.629.252.300	1.428.571.500	3,09
	2016	3030	1.952.072.473.629	1.428.571.500	2,22
	2017	2110	2.055.170.880.109	1.428.571.500	1,47
	2018	2800	2.186.900.126.396	1.428.571.500	1,83
	2019	3440	2.702.862.179.552	1.428.571.500	1,82
	2020	2720	2.557.235.546.221	1.428.571.500	1,52
TCID	2014	14600	1.252.170.961.203	201.066.667	2,34
	2015	16500	1.714.871.478.033	201.066.667	1,93
	2016	12500	1.783.158.507.325	201.066.667	1,41
	2017	16800	1.858.326.336.424	201.066.667	1,82
	2018	17250	1.972.463.165.139	201.066.667	1,76
	2019	11000	2.019.143.817.162	201.066.667	1,10
	2020	6500	1.865.986.919.439	201.066.667	0,70
UNVR	2014	36700	4.746.514.000.000	7.630.000.000	59,00
	2015	37000	4.827.360.000.000	7.630.000.000	58,48
	2016	38800	4.704.258.000.000	7.630.000.000	62,93
	2017	55450	5.173.388.000.000	7.630.000.000	81,78
	2018	45400	7.578.133.000.000	7.630.000.000	45,71
	2019	42150	5.281.862.000.000	7.630.000.000	60,89
	2020	7350	4.937.368.000.000	7.630.000.000	11,36

Lampiran 5
Pemilihan Model (Teknik Estimasi) Regresi Data Panel

1. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.512334	(3,17)	0.6792
Cross-section Chi-square	2.077330	3	0.465

Cross-section fixed effects test equation:
Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 07/11/21 Time: 16:13
Sample: 2014 2019
Periods included: 6
Cross-sections included: 4
Total panel (balanced) observations: 24

2. Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.537001	3	0.6738

** WARNING: estimated cross-section random effects variance is zero.

Cross-section random effects test comparisons:

3. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

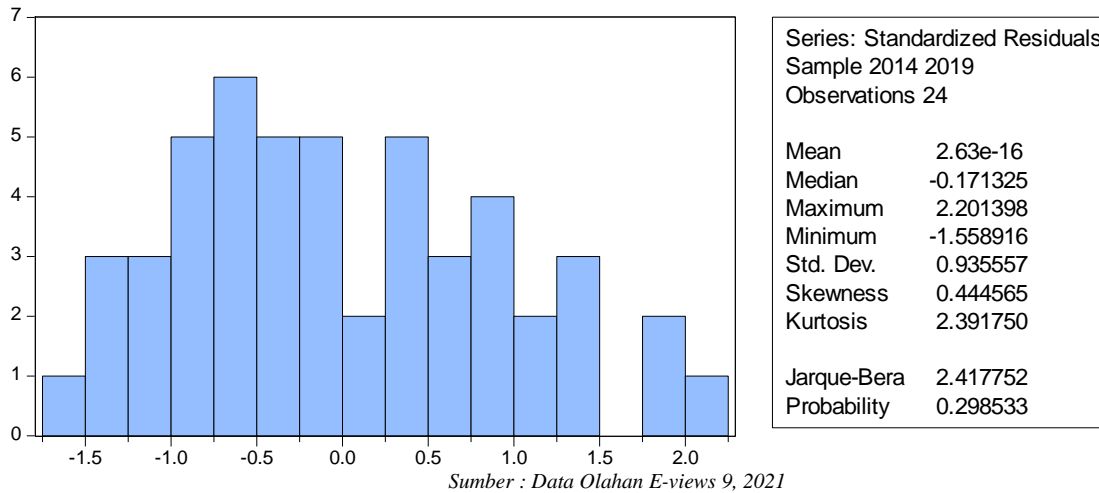
Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided
(all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	1.815854 (0.1778)	0.034117 (0.8535)	1.849971 (0.1738)

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas



2. Hasil Uji Multikolonieritas

	Y	X1	X2	X3
NPM	1.000000	-0.169920	-0.128074	-0.173871
ROA	-0.169920	1.000000	0.018960	-0.102925
ROE	-0.128074	0.018960	1.000000	-0.663314
PBV	-0.173871	-0.102925	-0.663314	1.000000

Sumber: Data Olahan E-Views 9, 2021

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.771388	0.264031	6.709028	0.0000
X1	-0.499519	0.316512	-1.578198	0.1214
X2	-0.383279	0.108500	-3.532534	0.2009
X3	-0.189641	0.056929	-3.331163	0.1017

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

Lampiran 7

Uji Regresi Linier Berganda

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.219886	4.729719	0.257919	0.7991
X1	0.591486	1.071917	2.551802	0.0472
X2	1.088582	0.469963	2.316312	0.0313
X3	0.655733	0.110841	5.915995	0.0000

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

Lampiran 8

Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.219886	4.729719	0.257919	0.7991
X1	0.591486	1.071917	2.551802	0.0472
X2	1.088582	0.469963	2.316312	0.0313
X3	0.655733	0.110841	5.915995	0.0000

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.909279	Mean dependent var	13.05583
Adjusted R-squared	0.895670	S.D. dependent var	21.54627
S.E. of regression	6.959461	Akaike info criterion	6.869093
Sum squared resid	968.6819	Schwarz criterion	7.065435
Log likelihood	-78.42911	Hannan-Quinn criter.	6.921183
F-statistic	66.81846	Durbin-Watson stat	2.937979
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021

3. Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

R-squared	0.909279	Mean dependent var	13.05583
Adjusted R-squared	0.895670	S.D. dependent var	21.54627
S.E. of regression	6.959461	Akaike info criterion	6.869093
Sum squared resid	968.6819	Schwarz criterion	7.065435
Log likelihood	-78.42911	Hannan-Quinn criter.	6.921183
F-statistic	66.81846	Durbin-Watson stat	2.937979
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan e-Views 9, 2021