



**PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET*, PROFITABILITAS DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG
KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (PERIODE 2017-2021)**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Agnes Agustina

022119127

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

2023



**PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET*, PROFITABILITAS DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG
KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (PERIODE 2017 – 2021)**

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., M.M., CA)



Ketua Program Studi S1 Akuntansi:
(Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA)

**PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET*, PROFITABILITAS DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG
KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (PERIODE 2017 – 2021)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari : Senin, 24 Juli 2023

Agnes Agustina

0221 19 127

Disetujui

Dosen Penguji

(Prof. Dr. Yohanès Indrayono, Ak., M.M., CA)

Ketua Komisi Pembimbing

(Monang Situmorang, Ak., M.M., CA.)

Anggota Komisi Pembimbing

(Dr. Asep Alipudin, S.E., M.Ak., CSA)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agnes Agustina

NPM : 0221 19 127

Judul Skripsi : Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

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 dibagian akhir skripsi ini.

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

Bogor, 05 Juni 2023



Agnes Agustina

0221 19 127

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2023**

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

AGNES AGUSTINA. 022119127. Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021. Di bawah bimbingan: MONANG SITUMORANG dan ASEP ALIPUDIN. 2023.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Hal ini lantas menjadi ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan dalam kemampuannya mensejahterakan para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi investor karena dapat menunjukkan kinerja perusahaan, yang nantinya akan memengaruhi penilaian investor pada perusahaan. Terdapat faktor–faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Tujuan dari penelitian untuk menguji pengaruh *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan sampel sebanyak 21 perusahaan dari populasi 80 perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah verifikatif dengan metode penelitian explanatory survey. Data diuji dengan menggunakan SPSS versi 23, metode statistik uji analisis deskriptif meliputi nilai minimum, maksimum, mean, standar deviasi, dan jumlah data penelitian, uji asumsi klasik dengan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, uji hipotesis yaitu regresi linear berganda serta uji koefisien uji t, uji F dan R square.

Pengujian secara parsial dengan uji t mendapatkan hasil *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara simultan atau uji F yaitu *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama–sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *investment opportunity set*, profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan.

PRAKATA

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis diberi kemampuan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (S1) Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor.

Dalam menyusun skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari orang - orang terdekat, sehingga penulis mampu menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan dan kelancaran.
2. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil dengan kasih sayang, nasehat, serta do'a bagi penulis.
3. Bapak Prof. Dr. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Pakuan
4. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
5. Bapak Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA., Selaku Ketua Program Studi Akuntansi
6. Ibu Dr. Retno Martanti Endah Lestari., S.E., M.Si., CMA., CAPM., Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Bapak Agung Fajar Ilmiyono, S.E., M.Ak., AWP, CTCP, CFA, CNPHRP, CAP Selaku Dosen Pembimbing Akademik
8. Bapak Monang Situmorang, Ak., M.M., CA., Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan arahnya kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
9. Bapak Dr. Asep Alipudin, S.E., M.Ak., CSA Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, nasehat, dan arahnya selama penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
11. Teman - teman Ratu Deliza, Qoriyah, Fitriya Rina A yang senantiasa memberikan dukungan dan senantiasa menemani dalam susah dan senang selama menjalani perkuliahan di Universitas Pakuan.
12. Teman pertama di Bogor, Nurhasanah yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan bantuan selama menjalani perkuliahan di Universitas Pakuan.
13. Teman – teman di rumah, Cica Wulansari, Pujastuti A, Isfa Safariah, Lusi Susilawati, S. Robiah Awaliyah, Rummyati yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
14. Teman – teman kelas D Akuntansi 2019 yang telah memberikan keceriaan, semangat, bantuan selama perkuliahan.

15. Semua Keluarga Besar dan Sahabat yang selalu memberikan dukungan dan do'a bagi penulis.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca.

Bogor, 05 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR HAK CIPTA	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Akademis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Signalling Theory</i>	10
2.2 <i>Agency Theory</i>	10
2.3 <i>Investment Opportunity Set</i>	10
2.3.1 Pengertian <i>Investment Opportunity Set</i>	10
2.3.2 Pengukuran <i>Investment Opportunity Set</i>	12
2.4 Profitabilitas.....	13
2.4.1 Pengertian Profitabilitas.....	13
2.4.2 Rasio Profitabilitas.....	13
2.4.3 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas	14
2.5 Ukuran Perusahaan	15
2.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan	15

2.5.2	Kategori Ukuran Perusahaan	15
2.5.3	Pengukuran Ukuran Perusahaan	16
2.6	Nilai Perusahaan	17
2.6.1	Pengertian Nilai Perusahaan	17
2.6.2	Jenis Nilai Perusahaan	17
2.6.3	Faktor – Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan	18
2.6.4	Pengukuran Nilai Perusahaan	18
2.7	Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran	20
2.7.1	Penelitian Terdahulu	20
2.7.2	Kerangka Pemikiran.....	25
2.8	Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian.....	29
3.2.1	Objek Penelitian.....	29
3.2.2	Unit Analisis Penelitian	29
3.2.3	Lokasi Penelitian.....	29
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	30
3.3.1	Jenis Data Penelitian	30
3.3.2	Sumber Data Penelitian.....	30
3.4	Operasional Variabel	30
3.4.1	Variabel Bebas	30
3.4.2	Variabel Terikat	31
3.5	Metode Penarikan Sampel	32
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7	Metode Pengolahan/Analisis Data.....	34
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	34
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.7.4	Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....		38
4.1	Hasil Penelitian Data dan Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1	Pengumpulan Data	38
4.1.2	Data <i>Investment Opportunity Set</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.....	39
4.2	Analisis Data.....	64
4.2.1	Statistik Deskriptif	64
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	69

4.2.4 Uji Hipotesis	71
4.3 Pembahasan.....	74
4.3.1 Pengaruh <i>Investment Opportunity Set</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	75
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	76
4.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	77
4.3.4 Pengaruh <i>Investment Opportunity Set</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Rata – rata <i>Investment Opportunity Set</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021.....	4
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.2	: Matriks Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	:Operasionalisasi Variabel Pengaruh <i>Investment Opportunity Set</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	32
Tabel 3.2	: Metode Penarikan Sampel	33
Tabel 3.3	: Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi	33
Tabel 4.1	: Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi	39
Tabel 4.2	: Data <i>Investment Opportunity Set</i> Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021.....	40
Tabel 4.3	: Data Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021.....	46
Tabel 4.4	: Data Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021.....	52
Tabel 4.5	: Data Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021.....	58
Tabel 4.6	: Statistik Deskriptif	64
Tabel 4.7	: Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test.....	65
Tabel 4.8	: Hasil Uji Multikolinieritas Tolerance dan Variance Inflation Factor.....	66
Tabel 4.9	: Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.10	: Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.11	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 4.12	: Uji Koefisien Determinasi	71

Tabel 4.13	: Hasil Uji t.....	72
Tabel 4.14	: Hasil Uji F.....	73
Tabel 4.15	: Hasil Pengujian Hipotesis.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Grafik <i>Investment Opportunity Set</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	5
Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1	: <i>Investment Opportunity Set</i> Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021	42
Gambar 4.2	: Profitabilitas Pada Perusahaan Mnaufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	48
Gambar 4.3	: Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	54
Gambar 4.4	: Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	60
Gambar 4.5	: Hasil Uji Heteroskedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Perhitungan <i>Investment Opportunity Set</i> Menggunakan <i>Market to Book Value of Equity</i> Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	86
Lampiran 2	: Perhitungan Profitabilitas Menggunakan <i>Return on Asset</i> Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	87
Lampiran 3	: Perhitungan Ukuran Perusahaan Menggunakan <i>Logaritma Natural Total Aset</i> Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	88
Lampiran 4	: Perhitungan Nilai Perusahaan Menggunakan <i>Price to Book Value</i> Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	89
Lampiran 5	: Seleksi Populasi Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021	90

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan sektor industri barang konsumsi merupakan perusahaan manufaktur yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi. Sektor industri barang konsumsi meliputi usaha pengolahan yang mengubah bahan dasar/setengah jadi menjadi barang jadi yang umumnya dapat dikonsumsi pribadi/rumah tangga (<https://www.sahamu.com>)

Sektor industri barang konsumsi merupakan sektor yang sahamnya memiliki potensi untuk terus meningkat, karena produk dari sektor industri barang konsumsi ini tingkat permintaannya “*inelastic*” atau produknya selalu dibutuhkan dan dikonsumsi oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari meskipun harganya naik (Wicaksono, 2020). Sektor industri barang konsumsi akan tetap ada dan berkembang, karena sektor ini nyaris tidak berpengaruh oleh ketidaktetapan perekonomian. Industri barang konsumsi tetap stabil meskipun terjadi penurunan tidak berpengaruh signifikan terhadap aktivitas perusahaan dalam memperoleh laba yang optimal, oleh karena itu investasi pada industri barang konsumsi merupakan investasi yang cukup diminati oleh para investor di Indonesia. Semakin banyaknya investor yang ingin menginvestasikan dananya, menandakan bahwa kepercayaan investor pada perusahaan meningkat. Maka dari itu perusahaan - perusahaan yang ada di industri barang konsumsi harus lebih meningkatkan kinerjanya untuk dapat memakmurkan para pemegang saham yang dapat dicapai dengan meningkatkan nilai perusahaannya (Kolamban, dkk 2020).

Salah satu faktor yang perlu diperhatikan investor dalam menginvestasikan dananya adalah nilai perusahaan. Menurut Sujoko dan Soebiantoro seperti dikutip dalam jurnal *Ikraith-Humaniora*, nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Hal ini lantas menjadi ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan dalam kemampuannya mensejahterakan para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi investor karena dapat menunjukkan kinerja perusahaan, yang nantinya akan memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan (Amelia & Reviandani, 2022). Menurut Holyfil & Ekadjadja (2021) nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Hal ini mencerminkan masyarakat terhadap kinerja suatu perusahaan. Meningkatkan nilai saham suatu perusahaan di pasar modal adalah salah satu cara untuk memperoleh laba yang diinginkan. Tingginya nilai perusahaan menjadi keinginan perusahaan karena hal tersebut mencerminkan bahwa tingkat kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Widyantari & Yadnya, 2017). Investor menjadikan nilai perusahaan sebagai konsep penting karena nilai perusahaan adalah indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Pujarini, 2020). Pentingnya keputusan investasi dikarenakan untuk mencapai tujuan perusahaan yakni mencapai laba yang maksimal maupun meningkatkan kekayaan para pemegang saham yang dihasilkan melalui aktivitas investasi perusahaan (Handoko & Idayati, 2021). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan dan memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dibentuk dari beberapa variabel nilai

pasar saham yang sangat dipengaruhi oleh *Investment Opportunity Set* (IOS). Setiap perusahaan memiliki kesempatan investasi dan pemanfaatan kesempatan investasi yang tepat dapat meningkatkan perkembangan perusahaan (Saputri, 2019).

Indikator nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah *price to book value*. Nilai perusahaan dalam *signaling theory* yang diwakili oleh *price to book value* (PBV) sangat penting untuk memberikan sinyal informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak eksternal, sehingga sinyal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut transparan dalam pengelolaannya. Dalam *signaling theory*, nilai *price to book value* dapat memberikan *good news*/sinyal positif kepada investor (Khairudin & Wandita, 2017). *Price to book value* dapat menggambarkan data nilai buku saham suatu perusahaan (Nasihah, 2017). Rasio *price to book value* yang tinggi merupakan faktor kepercayaan terhadap prospeknya (Lestari & Susetyo, 2020). Nilai *price to book value ratio* yang tinggi mencirikan kinerja keuangan yang baik. Jika perusahaan memiliki kinerja yang baik maka rasio *price to book value* akan meningkat (Cahyaningrum & Antikasari, 2017). Dengan demikian, dalam pertimbangan investasi bagi investor, *price to book value* merupakan rasio keuangan yang penting karena *price to book value* dapat menggambarkan total nilai buku suatu perusahaan.

Terdapat faktor – faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, yaitu antara lain *Investment Opportunity Set* (IOS), Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. *Investment Opportunity Set* (IOS) merupakan pilihan kesempatan investasi masa depan yang dapat memengaruhi pertumbuhan aktiva perusahaan atau proyek yang memiliki *net present value* positif. Sehingga IOS memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan karena IOS merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi dari aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dan opsi investasi dimasa yang akan datang, dimana IOS tersebut akan memengaruhi nilai suatu perusahaan (Pagalung, 2003). Menurut Gaver dan Gaver (1993) *Investment Opportunity Set* merupakan nilai perusahaan yang besarnya tergantung pada pengeluaran - pengeluaran yang ditetapkan manajemen dimasa yang akan datang, yang pada saat ini merupakan pilihan-pilihan investasi yang diharapkan akan menghasilkan return yang lebih besar. Smith dan Watts (1992) menyatakan bahwa *investment opportunity set* dapat mengimplikasikan nilai aset dan nilai kesempatan perusahaan untuk bertumbuh dimasa yang akan datang. Perusahaan dengan tingkat IOS tinggi cenderung akan memiliki prospek pertumbuhan perusahaan yang tinggi dimasa depan.

Indikator *investment opportunity set* dalam penelitian ini adalah *Market to Book Value of Equity* (MBVE). Menurut Dahlia Agustina dan Riski Aprillia Nita Sari (2016) Rasio ini merupakan bagian dari proksi IOS berdasarkan harga yang menyatakan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan sebagian dinyatakan dalam harga pasar yang beranggapan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan yang secara parsial tergabung dalam harga saham. Smith dan Watts dalam kutipan Syardiana (2015) berpendapat rasio *market to book value* mencerminkan bahwa harga pasar melalui return dari investasi perusahaan dimasa depan akan lebih besar dari return yang diharapkan dari ekuitasnya. Dalam kutipan Dahlia dan Sari (2016) menyatakan bahwa perusahaan yang tumbuh akan mempunyai nilai pasar yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan aktiva riilnya, karena rasio ini merupakan prospek

pertumbuhan perusahaan parsial yang tergabung dalam harga saham, dan pertumbuhan akan lebih besar dari nilai pasar relatif terhadap aset yang dimiliki.

Profitabilitas menjadi faktor berikutnya yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan saat menerima laba yang maksimal dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang lebih sehat, hal tersebut mampu mendatangkan tanggapan yang baik dari para investor yang nantinya berdampak terhadap meningkatnya harga saham (Sari & Abundanti, 2014). Profitabilitas merupakan laba perusahaan yang berasal dari hasil penjualan yang sudah dilakukan (Kolamban,dkk2020). Sedangkan menurut Muharramah & Hakim (2021) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dalam periode tertentu, dan profitabilitas juga menjadi alat ukur tingkat efektifitas operasional keseluruhan perusahaan. Profitabilitas mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh, Widyantari & Yadnya (2017) mengatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi tingkat efisiensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, yang nantinya akan menciptakan nilai perusahaan yang juga semakin tinggi serta dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham.

Indikator rasio profitabilitas dalam penelitian ini adalah *Return on Assets (ROA)*. Menurut Sutrisno (2001:254) *return on asset* merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan aktiva yang dimilikinya. Semakin tinggi nilai ROA berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan perusahaan, akan membuat investor tertarik kepada saham tersebut (Ali Arifin, 2002:87).

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang salah satu caranya yaitu bisa dilihat dari total aset perusahaan (Widyantari & Yadnya, 2017). Menurut Reviandani (2022) perusahaan yang skalanya besar dapat mengakses ke pasar modal untuk mendapatkan pendanaan yang lebih mudah, sedangkan perusahaan yang masih baru dengan skala yang masih kecil akan mengalami kesulitan dalam melakukan akses ke pasar modal. Hal ini berarti bahwa perusahaan besar memiliki tingkat fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana dengan lebih mudah. Menurut penelitian dari Muharramah R. & Hakim (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Ramdhonah,dkk (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Indikator dalam penelitian ini adalah Logaritma natural (Ln) Total Aset.

Berikut ini disajikan data *investment opportunity set*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021.

Tabel 1.1

Data Rata – rata *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 - 2021

	Tahun					Rata – Rata
	2017	2018	2019	2020	2021	
<i>Investment Opportunity Set</i> (IOS) – MBVE	3,27	3,03	2,52	2,28	1,96	2,61
Profitabilitas - ROA	11,99%	12,51%	12,79%	10,27%	9,99%	11,51%
Ukuran Perusahaan - Ln (Total Aset)	15,32	15,43	15,52	15,66	15,78	15,54
Nilai Perusahaan-PBV	3,27	3,03	2,52	2,48	2,08	2,68

Sumber : website BEI data diolah, 2022

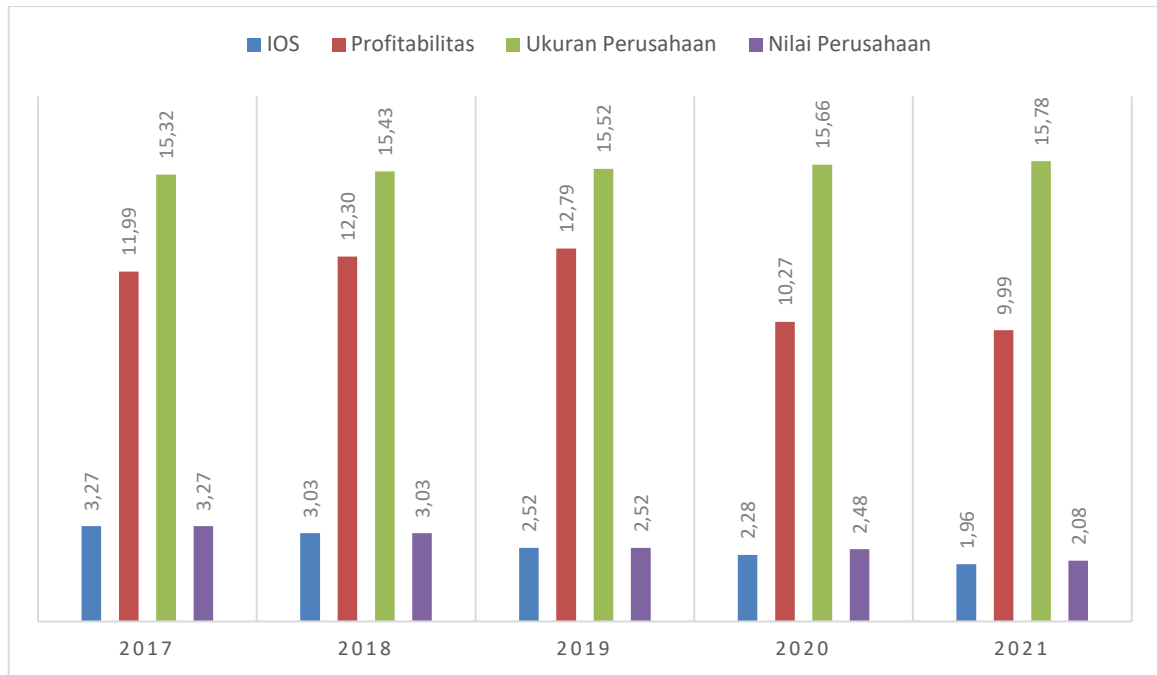
Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa *Investment Opportunity Set* (IOS) yang diproksikan dengan *Market to Book Value*, Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA), Ukuran Perusahaan yang dihitung dengan *Logaritma natural total aset*, dan Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 mengalami penurunan dan kenaikan. Dilihat dari tabel tersebut pada tahun 2017-2018 *Investment Opportunity Set* mengalami penurunan dari 3,27 menjadi 3,03 dan Nilai Perusahaan juga mengalami penurunan dari 3,27 menjadi 3,03. Pada tahun 2018-2019 *Investment Opportunity Set* mengalami penurunan dari 3,03 menjadi 2,52 dan Nilai Perusahaan juga mengalami penurunan dari 3,03 menjadi 2,52. Pada tahun 2019-2020 *Investment Opportunity Set* mengalami penurunan dari 2,52 menjadi 2,28 dan Nilai Perusahaan juga mengalami kenaikan dari 2,52 menjadi 2,48. Pada tahun 2020 – 2021 *Investment Opportunity Set* mengalami penurunan dari 2,28 menjadi 1,96 dan Nilai Perusahaan juga mengalami penurunan dari 2,48 menjadi 2,08.

Pergerakan yang berbanding terbalik terjadi pada Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Pada tahun 2017-2018 profitabilitas mengalami kenaikan dari 11,99% menjadi 12,51% sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan dari 3,27 menjadi 3,03. Pada tahun 2018-2019 profitabilitas mengalami kenaikan dari 12,51% menjadi 12,79% sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan dari 3,03 menjadi 2,52. Pada tahun 2019 – 2020 profitabilitas mengalami penurunan dari 12,79%, menjadi 10,27% dan nilai perusahaan juga mengalami penurunan dari 2,52 menjadi 2,48. Pada tahun 2020 – 2021 profitabilitas mengalami penurunan dari 10,27% menjadi 9,99% dan juga nilai perusahaan mengalami penurunan dari 2,48 menjadi 2,08.

Kemudian Pergerakan yang berbanding terbalik juga terjadi pada Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Pada tahun 2017-2018 ukuran perusahaan mengalami kenaikan dari 15,32 menjadi 15,43 sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan dari 3,27 menjadi 3,03. Pada tahun 2018-2019 ukuran perusahaan mengalami kenaikan dari 15,43

menjadi 15,52 sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan dari 3,03 menjadi 2,52. Pada tahun 2019-2020 ukuran perusahaan mengalami kenaikan dari 15,52 menjadi 15,66 sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan dari 2,52 menjadi 2,48, dan pada tahun 2020-2021 ukuran perusahaan mengalami kenaikan dari 15,66 menjadi 15,78 sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan dari 2,48 menjadi 2,08.

Berikut ini disajikan grafik mengenai data *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.



Sumber: website BEI, data diolah 2022

Gambar 1.1. Grafik *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

Pada grafik di atas, dapat diketahui bahwa data tersebut mengalami peningkatan dan penurunan yang fluktuasi antara jumlah *Investment Opportunity Set* (IOS), Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Sedangkan Ukuran Perusahaan yang dihitung menggunakan logaritma natural total aset tidak mengalami perubahan selama lima tahun terakhir selalu berada dinilai 15. Pertumbuhan IOS tertinggi terjadi pada tahun 2017 sebesar 3,27 dan terendah pada tahun 2021 sebesar 1,96. Profitabilitas mengalami pertumbuhan tertinggi pada tahun 2019 sebesar 12,79% sedangkan penurunan terjadi di tahun 2021 dan menjadi jumlah terendah dalam periode 2017-2021 menjadi 9,99%. Sedangkan Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017-2021 yang diukur menggunakan *price to book value* (PBV) mengalami pertumbuhan tertinggi pada tahun 2017 sebesar 3,27 dan terendah pada tahun 2021 sejumlah 2,08.

Pada Gambar 1.1. Grafik *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 terlihat bahwa kenaikan *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan tidak selalu menyebabkan Nilai Perusahaan mengalami peningkatan. Pada tahun 2017-2018 dimana *investment opportunity set* sebesar 3,27 mengalami penurunan menjadi 3,03 berbanding lurus dengan nilai perusahaan pada tahun yang sama sebesar 3,27 mengalami penurunan menjadi 3,03. Adapun *gap* terjadi pada tahun 2018 - 2019 dimana profitabilitas sebesar 12,51% mengalami peningkatan menjadi 12,79% berbanding terbalik dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan sebesar 3,03 menjadi 2,52. Pada tahun 2020 – 2021 ukuran perusahaan sebesar 15,66 mengalami peningkatan menjadi 15,78 sedangkan pada tahun yang sama nilai perusahaan sebesar 2,48 mengalami penurunan menjadi 2,08.

Penelitian yang dilakukan Kadek Sukma Ariyanti, Ni Luh Gde Novitasari, & Ni Luh Putu Widhiastuti (2022) dengan judul “Pengaruh Keputusan Finansial, *Investment Opportunity Set*, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020” menyatakan bahwa variabel keputusan investasi dan keputusan finansial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel kebijakan dividen, *investment opportunity set* dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Rizqia Muharramah & Mohamad Zulman Hakim (2021) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate dan Kontruksi yang terdaftar di BEI periode 2016-2019” menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *laverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Muhammad Fuad Alamsyah & Widyawati Malanua (2021) dengan judul “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, *Corporate Social Responsibility*, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2015-2019” menyatakan bahwa variabel *investment opportunity set* yang terdiri dari *market to book value equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *capital expenditure to book value* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan risiko bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan David Holyfil & Agustin Ekadjaja (2021) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018” menyatakan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel likuiditas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Amelia & Wasti Reviandani (2022) dengan judul "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021" menyatakan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *return on equity* (ROE) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel struktur modal yang diproksikan dengan *debt to equity ratio* (DER) dan ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Ln dari total aset tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dan fenomena yang disajikan pada tabel 1.1 dan gambar 1.1. serta *research gap* antara penelitian satu dengan yang lainnya, maka penulis bermaksud untuk membuktikan secara empiris bagaimana pengaruh *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 80 perusahaan dengan sampel yang digunakan sebanyak 21 perusahaan. Alasan dipilihnya sektor industri barang konsumsi sebagai objek penelitian sekaligus menjawab alasan dipilihnya tahun 2017-2021, yaitu didasarkan pada fenomena tabel 1.1 dan gambar 1.1 yang mengalami penurunan dan kenaikan selama periode 2017-2021 pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel 1.1 pada tahun 2017 – 2021 *investment opportunity set* yang diukur dengan *market to book value* secara berturut – turut mengalami penurunan dan pada tahun yang sama nilai perusahaan yang diukur menggunakan *price to book value* mengalami penurunan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.
2. Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA) terdapat kesenjangan (*gap*) pada tahun 2017-2019 mengalami peningkatan sedangkan pada tahun 2017-2019 nilai perusahaan mengalami penurunan. Hal ini berbeda dengan teori yang mengemukakan semakin tinggi *Return on Asset* menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik dalam menghasilkan laba sehingga akan meningkatkan citra perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.
3. Ukuran perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam membangun sebuah nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan ada kecenderungan lebih banyak investor yang memberikan perhatian pada perusahaan tersebut. Pada tahun 2017 - 2021 ukuran perusahaan secara berturut – turut mengalami peningkatan sedangkan ditahun yang sama nilai perusahaan mengalami

penurunan. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan.

4. Adanya perbedaan hasil penelitian dari penelitian - penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang pengaruh *investment opportunity set*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021?
4. Apakah *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2021?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dan membuat kesimpulan keterkaitan atau hubungan diantara variabel - variabel penelitian mengenai pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021, serta untuk memberikan saran yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya permasalahan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
2. Untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

3. Untuk menguji pengaruh ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
4. Untuk menguji pengaruh *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2021.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Akademis

Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca maupun sebagai salah satu bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk periode selanjutnya, sehingga kekurangan - kekurangan dimasa lalu dapat diperbaiki agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan perusahaan dalam melakukan peningkatan kinerja keuangan perusahaan serta menerapkan alat ukur kinerja keuangan perusahaan yang dapat mencerminkan nilai perusahaan yang tepat. Sehingga dapat dijadikan acuan untuk menentukan layak tidaknya suatu proyek yang dilaksanakan, agar pengambilan keputusan keuangan tepat dan perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang lebih maksimal. Bagi investor, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan pada saat melakukan investasi terhadap suatu perusahaan. Kemudian bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan terkait dengan masalah yang berkaitan dengan *investment opportunity set*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Signalling Theory*

Teori *signal* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan *signal* kepada pengguna laporan keuangan. Menurut Brigham dan Houston (2011) teori *signal* adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan untuk masa mendatang. Hubungan teori *signal* dengan nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi *signal* negatif. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik cenderung akan dihindari investor. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik.

2.2 *Agency Theory*

Teori ini menjelaskan mengenai dua orang pelaku ekonomi yang saling bersebrangan tujuan yaitu *principal* dan *agent*. Menurut Ritchie dan Rini (2020) hubungan teori keagenan (*agency theory*) merupakan suatu kontrak yang mana salah satu orang ditunjuk sebagai agen dan diperintah oleh satu orang atau lebih (*principal*) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* itu sendiri dan memberi wewenang kepada agen agar dapat membuat keputusan terbaik bagi *principal*.

2.3 *Investment Opportunity Set*

2.3.1 *Pengertian Investment Opportunity Set*

Menurut Smith dan Watts (1992) *investment opportunity set* merupakan hasil dari pilihan – pilihan untuk membuat investasi di masa mendatang. Set kesempatan investasi menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari prospek pertumbuhan. Prospek pertumbuhan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak manajemen, investor, serta kreditur. Prospek perusahaan yang tumbuh bagi investor merupakan suatu hal yang menguntungkan, karena investasi yang ditanamkan diharapkan akan memberikan *return* yang tinggi. Perusahaan yang tumbuh akan direspon pasar dan peluang pertumbuhan terlihat pada peluang investasi yang diprosikan dengan berbagai macam kombinasi nilai *investment opportunity set*.

Menurut Pamungkas et al. (2017) *investment opportunity set* merupakan suatu kombinasi antara aktiva yang dimiliki dan pilihan – pilihan investasi di masa yang akan datang dengan *net present value* positif. Girianti (2015) menyatakan bahwa *investment opportunity set* memberikan petunjuk yang lebih luas dimana nilai didefinisikan sebagai nilai perusahaan yang diprosy melalui *investment opportunity set*. *Investment opportunity set* merupakan hubungan antara pengeluaran saat ini dan pengeluaran masa depan dengan nilai/pengembangan/prospek sebagai akibat dari keputusan investasi untuk menghasilkan nilai perusahaan. Peluang investasi yang tinggi atau peluang investasi yang ditetapkan di masa depan membuat perusahaan dikatakan memiliki pertumbuhan yang tinggi. Dapat

disimpulkan bahwa *investment opportunity set* merupakan kesempatan investasi yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang untuk menghasilkan nilai perusahaan. Tetapi kesempatan tersebut tidak selalu dapat terlaksanakan oleh perusahaan karena harus mempertimbangkan kondisi perusahaan.

Menurut Purba et al. (2017) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki *investment opportunity set* tinggi memiliki peluang pertumbuhan yang tinggi pada perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi diharapkan memiliki kesempatan investasi yang tinggi. Untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan, perusahaan memerlukan dana yang besar yang dibiayai dari sumber internal perusahaan. Penggunaan sumber dana internal perusahaan tersebut akan menyebabkan penurunan pembayaran dividen.

Setelah mendapatkan laba, perusahaan harus menentukan apa yang akan dilakukan dengan uang yang dihasilkannya. Perusahaan dapat membuat keputusan yaitu; memperluas atau berbagi keuntungan dengan pemegang saham sebagai dividen, dimana dua keputusan ini memiliki tujuan yang berlawanan. Tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi di masa depan adalah biasanya diikuti dengan perumusan dividen tunai perusahaan dengan pertumbuhan tinggi sering disebut juga memiliki peluang investasi (IOS) yang tinggi. Hal ini memotivasi sisi manajerial untuk berinvestasi kembali dalam jumlah besar. Meningkatkan pertumbuhan perusahaan, peluang berinvestasi lebih tinggi, ini memengaruhi jumlah dividen yang akan dibayarkan kepada pemegang saham, sebagai keuntungan yang diperoleh perusahaan pada umumnya akan ditahan untuk berinvestasi.

Proksi IOS dalam penelitian Kallapur & Trombley (2001) dibagi menjadi empat tipe proksi, yaitu:

1. Proksi berbasis harga (*price-based proxies*)

Proksi ini berdasarkan pada perbedaan antara aset dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, proksi ini sangat tergantung pada harga saham. Perusahaan yang tumbuh akan memiliki nilai pasar relatif yang lebih tinggi dibandingkan dengan aset yang dimilikinya. Proksi berbasis pada harga dibentuk sebagai rasio yang berhubungan dengan pengukuran aset yang dimiliki dan nilai pasar perusahaan.

2. Proksi berbasis investasi (*investment-based proxies*)

Proksi berbasis investasi menunjukkan tingkat aktivitas investasi yang tinggi secara positif berhubungan dengan IOS perusahaan. Kegiatan investasi ini diharapkan dapat memberikan peluang investasi berikutnya yang semakin besar pada perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan dengan IOS yang tinggi juga akan mempunyai tingkat investasi yang sama tinggi, yang dikonversi menjadi aktiva yang dimiliki. Proksi berbasis investasi ini dibentuk dengan menggunakan rasio dengan membandingkan ukuran investasi pada ukuran aktiva yang dimiliki atau dengan hasil operasi yang dihasilkan dengan aset yang dimiliki.

3. Proksi berbasis ukuran – ukuran varian (*variance measures*)

Proksi ini berdasarkan ide bahwa suatu pilihan akan menjadi lebih bernilai sebagai variabilitas dari *return* dengan mendasarkan pada peningkatan aset.

4. Proksi berbasis ukuran – ukuran gabungan (*composite measures*)

Proksi ini menyertakan berbagai wakil atau berdasarkan pada bukti lain mengenai IOS perusahaan. Alternatif proksi gabungan IOS dilakukan sebagai upaya untuk mengurangi *measurement error* yang ada pada proksi dengan rasio individual, sehingga akan menghasilkan pengukuran yang baik untuk IOS (Smith dan Watts, 1992).

Menurut Norpratiwi (2014) dalam Zulviani (2020) ada beberapa pengukuran yang digunakan untuk menghitung kesempatan investasi (*investment opportunity set*). Antara lain:

- a. Rasio *Market to Book Value of Asset*

$$MBVA = \frac{(\text{Assets} - \text{Total Common Equity}) + (\text{Share Outstanding} \times \text{Share Closing Price})}{\text{Total Asset}}$$

- b. Rasio *Market to Book Value of Equity*

$$MBVE = \frac{(\text{Share Outstanding} \times \text{Share Closing Price})}{\text{Total Equity}}$$

- c. Rasio *Capital Expenditures to Book Value of Asset*

$$CEBVA = \frac{\text{Tambahan Aktiva dalam Satu Tahun}}{\text{Total Aset}}$$

- d. *EPS/Price Ratio*

$$EPS = \frac{\text{Laba per lembar saham}}{\text{Closing Price}}$$

2.3.2 Pengukuran *Investment Opportunity Set*

Indikator *Investment Opportunity Set* (IOS) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Market to Book Value of Equity* (MBVE) merupakan proksi berdasarkan harga. Proksi berdasarkan harga yang melihat pertumbuhan perusahaan dari kemampuan perusahaan dalam mendapatkan dan mengelola modal.

$$MBVE = \frac{\text{Jumlah Saham} \times \text{Harga Penutupan}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Rasio *Market to Book Value of Equity* (MBVE) merupakan bagian dari proksi IOS berdasarkan harga yang menyatakan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan

sebagian dinyatakan dalam harga pasar yang beranggapan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan yang secara parsial tergabung dalam harga saham. Smith dan Watts dalam kutipan Syardiana (2015) berpendapat MBVE mencerminkan bahwa harga pasar melalui return dari investasi perusahaan di masa depan akan lebih besar dari return yang diharapkan dari ekuitasnya.

2.4 Profitabilitas

2.4.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Brealey, *et al.* (2007:80) profitabilitas mengukur fokus pada laba perusahaan. Tentu saja, perusahaan besar diharapkan menghasilkan lebih banyak laba daripada perusahaan kecil, jadi untuk memfasilitasi perbandingan lintas perusahaan, total laba diekspresikan dalam basis per-dolar.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualannya, sering ditunjukkan dengan margin laba (*profit margin*). Menurut Kasmir (2013) rasio profitabilitas yakni rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan, hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Kemudian menurut Hery (2016) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Sedangkan menurut Harahap (2013) rasio profitabilitas ini menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, ekuitas, jumlah cabang, dan sebagainya. Rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba disebut juga *Operating Ratio*.

2.4.2 Rasio Profitabilitas

Dalam suatu perusahaan tujuan akhir dalam perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, manajemen suatu perusahaan dalam praktiknya dituntut harus mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat laba atau keuntungan dalam suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau profitabilitas. Pengertian dari rasio profitabilitas menurut Irham Fahmi (2015:83) adalah rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar atau kecilnya keuntungan yang telah diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

Menurut Hery (2017) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas, di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Sedangkan menurut Sartono (2015) rasio

profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Berdasarkan pengertian – pengertian oleh beberapa para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba.

2.4.3 Jenis – jenis Rasio Profitabilitas

Ada beberapa rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam suatu perusahaan sebagai alat analisis keuangan perusahaan untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Berikut ini adalah jenis rasio profitabilitas:

1. Margin Laba atas Penjualan (*Profit Margin on Sales*)

Profit margin menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya – biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu (Mamduh dan Halim, 2016:81).

Rasio profit margin dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity (ROE) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba yang tersedia bagi pemilik atau investor. (Kasmir, 2016:204).

Return on Equity (ROE) membandingkan laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang diinvestasikan pemegang saham perusahaan (Kasmir, 2016:204). Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham, dan sering kali digunakan dalam membandingkan dua atau lebih perusahaan atas peluang investasi yang baik dan manajemen biaya yang efektif. Menurut (Kasmir, 2016:204) rumus *Return on Equity* (ROE) adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Return on Asset* (ROA)

Return on Asset (ROA) atau sering disebut dengan Tingkat Pengembalian Aset adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan persentase keuntungan (laba bersih) yang diperoleh perusahaan sehubungan dengan keseluruhan sumber daya atau rata – rata jumlah aset. Dengan kata lain, *Return on Asset* (ROA) adalah rasio yang mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba selama suatu periode. *Return on Asset* (ROA) dinyatakan dalam persentase (%) (Kasmir, 2016:202). *Return on Assets* dapat dirumuskan sebagai:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan *return on asset* (ROA). Seperti yang disebutkan sebelumnya, *Return on Assets* (ROA) ini berguna untuk mengukur seberapa efisiensinya suatu perusahaan untuk dapat mengubah uang yang digunakan untuk membeli aset menjadi laba bersih. Aset dalam pembukuan perusahaan dinilai berdasarkan biaya awal (dikurangi penyusutan). Tingkat pengembalian aset yang tinggi. Tingkat pengembalian yang rendah juga tidak mengimplikasikan bahwa aset dapat digunakan dengan lebih baik di tempat lain.

2.5 Ukuran Perusahaan

2.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Hery (2017) definisi ukuran perusahaan atau *firm size* merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham, dan lain – lain. Menurut Sasongko *et al* (2019) ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengelompokan ukuran entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat memengaruhi sejauh mana pengungkapan informasi dalam laporan keuangannya.

Menurut Sendri *et al* (2019) definisi ukuran perusahaan atau *firm size* yaitu ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinilai dari total aset yang dimiliki, jumlah penjualan, rata – rata total penjualan dan rata – rata aset. Jadi ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan dan total aset yang dimiliki.

2.5.2 Kategori Ukuran Perusahaan

Kategori ukuran perusahaan atau *firm size* terbagi menjadi tiga kategori, yaitu :

1. Perusahaan Besar
Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar per tahun.
2. Perusahaan Menengah
Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1 – 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp. 1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar.
3. Perusahaan Kecil
Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar per tahun.

Besar kecilnya perusahaan akan memengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki control yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi (Khastuti *et al*, 2017).

2.5.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan (Henriansyah dan Dharmayuni, 2017). Ukuran perusahaan atau *firm size* diukur dengan mentrasformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan atau *firm size* diukur berdasarkan persamaan berikut ini:

$$Size = \ln (\text{Total Aset})$$

Semakin besar ukuran perusahaan, dianggap akan semakin mudah pula perusahaan untuk mendapatkan sumber dana internal maupun eksternal. Aksebilitas yang lebih mudah dalam memperoleh sumber dana tersebut, akan membuat perusahaan yang lebih besar dapat memiliki fleksibilitas yang lebih besar dan kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam waktu singkat. Jika sumber dana tersebut benar – benar dapat dikelola secara optimal sehingga menghasilkan *feedback* usaha yang baik, maka hal ini dapat menarik minat calon investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan terkait. Hal tersebut akan sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan (Ramdhonah *et al*, 2019).

2.6 Nilai Perusahaan

2.6.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai yang bersedia dikorbankan oleh investor pada saat membeli saham. Baik buruknya nilai perusahaan dapat mengindikasikan keadaan perusahaan itu sendiri, sehingga nilai perusahaan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh investor. Investor akan menggunakan nilai perusahaan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi, karena nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Tujuan utama perusahaan menurut teori perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan tersebut. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan yang juga memaksimalkan kekayaan pemegang saham., yang menjadi tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dari daya tawar saham; jika perusahaan yang memiliki kebaikan prospek di masa depan, nilai saham akan sangat tinggi. Nilai perusahaan bisa dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Ekuitas menggambarkan total modal perusahaan dalam neraca (Hirdinis M, 2019).

Menurut Putri dan Setiawan (2019) definisi nilai perusahaan yaitu harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

Menurut Budiawati *et al* (2018) pengertian nilai perusahaan yaitu persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang terjadi pada saat harga saham diperdagangkan dipasar. Dalam realitanya tidak semua perusahaan menginginkan harga saham yang tinggi (mahal) karena takut tidak laku dijual atau tidak menarik investor untuk membelinya.

2.6.2 Jenis Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan atau *value of firm* berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham (nilai saham), maka nilai perusahaan akan memaksimum, memaksimumkan nilai perusahaan ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran nilai perusahaan atau pemegang saham perusahaan.

Berdasarkan pemaparan Christiawan dan Tarigan (2007), terdapat beberapa jenis nilai perusahaan yang terdiri dari:

1. Nilai Likuiditas (*liquidation value*)

Nilai likuiditas adalah jumlah uang yang dapat direalisasikan jika sebuah aktivitas atau sekelompok aktiva (contohnya perusahaan) dijual secara terpisah dari obligasi yang menjalankannya.

2. Nilai Kelangsungan Usaha

Nilai kelangsungan usaha adalah nilai perusahaan jika dijual sebagai operasi usaha yang berlanjut.

3. Nilai Buku (*book value*)

Nilai buku suatu perusahaan adalah total aktiva dikurangi kewajiban dan saham preferen seperti tercantum di neraca.

4. Nilai Pasar (*market value*)

Nilai pasar adalah harga pasar yang digunakan untuk memperdagangkan aktiva.

5. Nilai Intrinsik (*intrinsik value*)

Nilai intrinsik adalah harga saham – saham yang berdasarkan pada faktor yang dapat memengaruhi penilaian.

2.6.3 Faktor – Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Husna (1996) faktor yang memengaruhi nilai perusahaan diantaranya profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh *leverage*. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjangnya. Kemudian, nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam membayar dividen. Tujuan investasi pemegang saham adalah untuk meningkatkan kesejahteraannya dengan memperoleh *return* dari dana yang diinvestasikan. Salah satu *return* yang dapat dinikmati investor adalah dalam bentuk dividen yang dibagikan. Besarnya dividen yang dibagikan perusahaan kepada pemegang sahamnya dapat memengaruhi minat investor dalam membeli saham perusahaan dan akan berdampak pada harga saham.

2.6.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan membuat harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut Sudana (2011:23) rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan dipasar modal (*go public*). Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga lebih tinggi dibanding nilai bukunya. Untuk mengetahui apakah nilai perusahaan suatu perusahaan itu baik atau buruk maka ditentukan ukuran yang tepat untuk mengukurnya. Ada beberapa pengukuran nilai perusahaan yang digunakan, diantaranya sebagai berikut ini (I Made Sudana, 2011:23):

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio ini mengukur bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang semakin tinggi. Rasio ini menunjukkan bahwa investor mempunyai harapan yang baik tentang perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga untuk pendapatan persaham tertentu, investor bersedia membayar dengan harga yang mahal (I Made Sudana, 2011:23). Berikut rumus *price earning ratio*:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham Perlembar Saham}}{\text{Laba Perlembar Saham}}$$



2. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) merupakan rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan di atas atau di bawah nilai buku saham tersebut. PBV merupakan rasio yang membandingkan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham (Irham Fahmi, 2013:139). Semakin tinggi PBV akan membuat kepercayaan investor meningkat akan prospek kerja perusahaan dimasa yang akan datang. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan diperusahaan. PBV menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif baik terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Berikut rumus *price to book value* (PBV) sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan rasio nilai pasar *price to book value* (PBV) yang merupakan salah satu indikator dalam menilai perusahaan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar suatu perusahaan mampu menciptakan nilai yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Selain itu, PBV mempunyai peran penting bagi investor untuk menentukan saham mana yang akan dibeli dan PBV juga mencerminkan seberapa besar penilaian public (harga saham) terhadap nilai buku saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai PBV menunjukkan nilai perusahaan semakin baik dan akan menambah minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Sebaliknya apabila PBV dibawah satu mencerminkan nilai perusahaan tidak baik dan akan menurunkan minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Karena nilai perusahaan dengan mempunyai PBV yang tinggi akan menggambarkan kemakmuran para investor atau pemegang saham dan pasar juga percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya.

2.7 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran

2.7.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini disajikan beberapa hasil penelitian terdahulu untuk mengetahui apakah terdapat persamaan atau perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, diantaranya:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Kadek Sukma Ariyanti, Ni Luh Gde Novitasari, & Ni Luh Putu Widhiastuti (2022), <i>Pengaruh Keputusan Finansial, Investment Opportunity Set, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> Keputusan Finansial Investment Opportunity Set Pertumbuhan Perusahaan <p>Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Price Earnings Ratio (PER) Market to Book Value of Asset Ratio (MBVA) Growth (Total aset (t) – total aset (t-1))/total aset (t-1) Price to Book Value (PBV) 	Metode statistik regresi linear berganda	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keputusan investasi dan variabel keputusan finansial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel kebijakan dividen, investmen opportunity set dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2	Eni Suryaningsih (2021), <i>Pengaruh Investment Opportunity Set, Debt to Equity Ratio, Return on Asset Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Pemoderasi</i>	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Investment Opportunity Set Debt to Equity Ratio Return on Asset <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Market to Book Value of Equity Debt to Equity Ratio Return on Asset Price to Book Value 	Metode Regresi Linier Berganda dan Uji Moderate Regression Analysis (MRA)	Hasil penelitian ini menunjukkan investment opportunity set dan debt to equity ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan tetapi return on asset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kebijakan dividen tidak mampu memoderasi pengaruh investment opportunity set, debt to equity ratio dan return on asset

					terhadap nilai perusahaan.
3	Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim (2021), <i>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> Ukuran Perusahaan Leverage Profitabilitas Dependen: <ul style="list-style-type: none"> Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Ln (Total Aset) Debt Equity to Ratio Return on Asset Price to Book Value 	Metode statistik regresi data panel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan, sementara leverage dan profitabilitas tidak memengaruhi nilai perusahaan.
4	Muhammad Fuad Alamsyah & Widyawati Malanua (2021), <i>Pengaruh Investment Opportunity Set, Corporate Social Responsibility dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> Investment Opportunity Set Corporate Social Responsibility Risiko Bisnis Dependen: <ul style="list-style-type: none"> Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Market to Book Value of Equity Sustainability Report Disclosure Index Earnings Before Interest and Tax Price to Book Value 	Metode analisis regresi linear berganda	Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa investment opportunity set yang terdiri dari market book value equity berpengaruh terhadap nilai perusahaan, capital expenditure to book value tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan risiko bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	David Holyfil & Agustin Ekadjaja (2021) <i>Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> Profitabilitas Likuiditas Ukuran Perusahaan Corporate Social Responsibility Dependen: <ul style="list-style-type: none"> Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Return on Asset Current Ratio Ln (Total Asset) Sustainability Report Disclosure Index Price to Book Value 	Metode analisis uji statistik deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, likuiditas, ukuran perusahaan dan corporate social responsibility tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
6	Hirdinis M (2019) <i>Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> Capital Structure Firm Size Dependen: <ul style="list-style-type: none"> Firm Value 	<ul style="list-style-type: none"> Debt to Equity Ratio Ln (Total Aset) Price to Book 	Multiple linear regression	Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif

		<ul style="list-style-type: none"> Profitability 	<ul style="list-style-type: none"> Return on Equity 		<p>signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Namun profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan.</p>
7	Christine Elizabeth Chandra Handoko dan Farida Idayati (2021) <i>Pengaruh Sustainability Disclosure, Investment Opportunity Set, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sustainability Disclosure Investment Opportunity Set Profitabilitas <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nilai perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Social responsibility disclosure index Market to Book Value of Equity Return on Asset Price to Book Value 	Metode regresi linear berganda	Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data, variabel sustainability disclosure tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel investment opportunity set dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
8	Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, dan Maya Sari (2019) <i>Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2017)</i>	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Struktur Modal Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Perusahaan Profitabilitas <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Debt to Equity Ratio Ln (Total Asset) Growth (Total Aset (t) – total aset (t-1)) / total aset (t-1) Return on Equity Price to Book Value 	Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data panel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif

					terhadap nilai perusahaan, serta secara simultan ditemukan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
9	Nur Anisa, Sri Hermuningsih, dan Alifatul Maulida (2022) <i>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan • Leverage • Kebijakan Dividen • Profitabilitas <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Ln (Total Aset) • Debt to Equity Ratio • Dividen Payout Ratio • Return on Equity • Price to Book Value 	Metode analisis regresi linear berganda	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	Khosyi Tiara Anggita (2022) <i>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<p>Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan • Profitabilitas • Likuiditas • Leverage <p>Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Ln (Total Aset) • Return on Asset • Current Ratio • Debt to Equity Ratio • Price to Book Value 	Metode analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diprosikan dengan Ln Aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diprosikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Likuiditas yang diprosikan dengan CR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>Leverage</i> yang diprosikan dengan DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
11	Dimas Wahyu	Independen:		Metode	Hasil penelitian

Prasetyo dan Aditya Hermawan (2023) <i>Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas • Ukuran Perusahaan • Struktur Modal Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Return on Asset • Ln (Total Aset) • Debt to Equity Ratio • Price to Book Value 	analisis regresi linear berganda	menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
---	--	---	----------------------------------	---

Berdasarkan Tabel 2.1 penelitian terdahulu terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti, meliputi variabel independen, variabel dependen, unit analisis, periode penelitian, subyek penelitian dan Teknik analisis. Penelitian ini memiliki persamaan variabel independen yaitu pada variabel *investment opportunity set* yang sama dengan penelitian Ariyanti *et al.* (2022), Alamsyah dan Malanua (2021), Suryaningsih (2021). Variabel profitabilitas yang sama dengan penelitian Muharramah dan Hakim (2021), Holyfil & Agustin Ekadjaja (2021), Dimas Wahyu Prasetyo dan Aditya Hermawan (2023). Variabel Ukuran Perusahaan yang sama dengan penelitian Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim (2021), Anggita (2022), Nur Anisa *et al.* (2022). Variabel nilai perusahaan yang sama dengan penelitian Christine Elizabeth Chandra Handoko dan Farida Idayati (2021), Zahra Ramdhonah *et al.* (2019), Dimas Wahyu Prasetyo dan Aditya Hermawan (2023).

Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu perusahaan yang dijadikan populasi penelitian. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memiliki perbedaan periode penelitian. Periode penelitian pada penelitian ini adalah lima tahun yaitu dari tahun 2017 – 2021. Perbedaan populasi serta periode dengan penelitian terdahulu seperti dengan penelitian Kadek Sukma Ariyanti *et al.* (2022) meneliti pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018 – 2020, Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim (2021) meneliti pada perusahaan sektor property, real estate, dan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2019, dan Zahra Ramdhonah *et al.* (2019) meneliti pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2011-2017.

Berikut peneliti sajikan tabel matriks penelitian terdahulu untuk melihat pengaruh *Investment opportunity set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan dari penelitian – penelitian terdahulu.

Tabel 2.2

Matriks Penelitian Terdahulu

Variabel Independen	Variabel Dependen	
	Nilai Perusahaan	
	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
<i>Investment Opportunity Set</i>	Kadek Sukma Ariyanti <i>et.al</i> (2022) Muhammad Fuad Alamsyah dan Widyawati Malanua (2021)	Eni Suryaningsih (2021)
Profitabilitas	David Holyfil dan Agustin Ekadjaja (2021) Christine Elizabeth Chandra Handoko dan Ida Idayati (2021)	Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim (2021) Dimas Wahyu Prasetyo dan Aditya Hermawan (2023)
Ukuran Perusahaan	Hirdinis (2019) Zahra Ramdhonah <i>et al.</i> (2019) Khosyi Tiara Anggita (2022)	Nur Anisa <i>et al.</i> (2022)

2.7.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini menggunakan tiga macam variabel independen yang meliputi *investmen opportunity set*, *profitabilitas* dan *ukuran perusahaan*. Adapun variabel dependennya adalah nilai perusahaan dengan *price to book value* sebagai indikatornya.

1. Pengaruh *Investmen Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan.

Keputusan investasi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan memiliki pilihan atau kesempatan investasi (IOS) untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan. *Investment opportunity set* akan menentukan kinerja perusahaan dimasa mendatang, apabila perusahaan salah satu dalam pemilihan investasi maka kelangsungan hidup perusahaan akan terganggu dan hal ini akan memengaruhi penilaian para investor terhadap perusahaan. Untuk itu seorang manajer harus memperhatikan pertumbuhan investasi agar mencapai tujuan perusahaan yakni memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handoko dan Idayanti (2021) yang menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Alamsyah dan Malanua (2021) menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian,

hasil penelitian yang dilakukan oleh Kadek Sukma Ariyanti, Ni Luh Gde Novitasari dan Ni Luh Putu Widhiastuti (2022) menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H_1 : *Investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diperoleh bagi perusahaan saat menjalankan kegiatan operasinya. Jika keuntungan yang diraih semakin besar maka kemampuan perusahaan dalam membagikan deviden kepada para pemegang saham semakin besar. Keuntungan yang tinggi akan memberikan prospek kepada perusahaan yang semakin baik sehingga para pemegang saham dapat terpicu untuk menanamkan modalnya. Selanjutnya permintaan saham akan semakin meningkat yang menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa investor memberikan pengaruh terhadap tingkat profitabilitas sebagai salah satu rasionalisasi dalam mengambil keputusan investasi dalam perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christine Elizabeth Chandra Handoko dan Farida Idayati (2021) menemukan adanya pengaruh positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Chandra Kurnia Saputri dan Axel Giovanni (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin dan Maya Sari (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Nur Anisa, Sri Hermuningsih dan Alifatul Maulida (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H_2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang salah satu caranya yaitu bisa dilihat dari total aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, dianggap akan semakin mudah pula perusahaan untuk mendapatkan sumber dana internal maupun eksternal. Aksesibilitas yang lebih mudah dalam memperoleh sumber dana tersebut, akan membuat perusahaan yang lebih besar dapat memiliki fleksibilitas yang lebih besar dan kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam waktu singkat. Jika sumber dana tersebut dapat dikelola secara optimal sehingga menghasilkan *feedback* usaha yang baik, maka hal ini dapat menarik minat calon investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan terkait. Hal tersebut akan sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan akan sangat diharapkan baik bagi pihak internal maupun eksternal. Pertumbuhan perusahaan dapat memengaruhi profitabilitas, melalui aset yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap produktivitas dan efisiensi perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada nilai perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizqia Muharramah dan Mohamad Zulman Hakim (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Dina Anggraeni Susesti dan Endah Tri Wahyuningtyas (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Khosyi Tiara Anggita (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

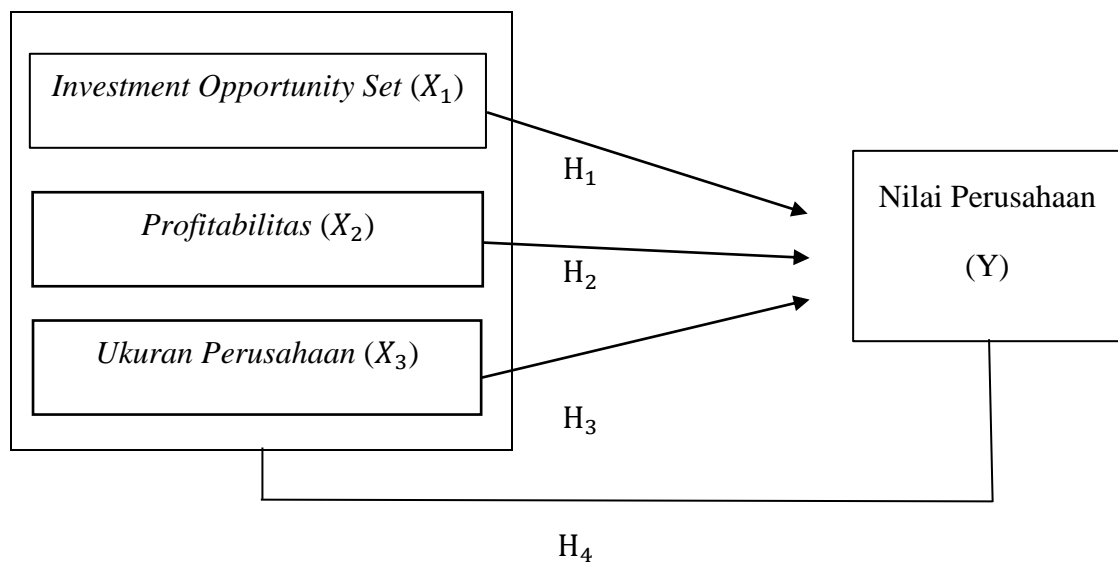
H_3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor tentang tingkat kekayaan pada pemegang saham. Nilai perusahaan selalu dikaitkan dengan harga saham. Secara umum nilai perusahaan tercermin pada nilai pasar atau harga saham suatu perusahaan yang sudah ditentukan dari permintaan dan penawaran saham oleh pasar saham. Penelitian yang dilakukan oleh Hamidah & Umdiana (2017) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dari *Investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut, memiliki arti bahwa penambahan kekayaan atau aset pada perusahaan cenderung terjadi pada perusahaan yang banyak melakukan investasi. Profitabilitas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau ukuran keefektifan dalam pengelolaan manajemen perusahaan. Kemampuan perusahaan saat menerima laba yang maksimal dapat mencerminkan kinerja perusahaan yang lebih sehat, hal tersebut mampu mendatangkan tanggapan yang baik dari para investor yang nantinya berdampak terhadap meningkatnya harga saham. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kemampuan finansial suatu perusahaan. Apabila semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin tinggi juga minat investor dalam menanamkan sahamnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang lama, selain itu perusahaan dianggap relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan yang memiliki total aset yang kecil.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farah Nabilah dan Maria Yovita R. Pandin (2023) menyatakan bahwa *investment opportunity set* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Maretha Tiffany Cindy dan Lilis Andini (2023) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Dimas Wahyu Prasetyo dan Aditya Hermawan (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H_4 : *Investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.



Gambar 2.1 Konstelasi Penelitian

2.8 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan konsep dan skema konstelasi penelitian, maka penulis mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Investment opportunity set berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₄ : Investment opportunity set, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian verifikatif mengenai pengaruh *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian verifikatif dengan metode *explanatory survey* yaitu metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek penelitian merupakan variabel yang diteliti yang terdapat dalam tema penelitian “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021”. Maka objek dalam penelitian ini adalah *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independent (*independent variable*) serta pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen (*dependent variable*).

3.2.2 Unit Penelitian

Unit analisis merupakan tingkat agregasi data yang dianalisis dalam penelitian. Unit analisis yang ditentukan berdasarkan rumusan masalah atau pertanyaan penelitian merupakan elemen yang penting dalam desain penelitian karena memengaruhi proses pemilihan, pengumpulan, dan analisis data. Unit analisis dapat berupa *individual*, *group*, *organization*, dan *geographic region*. Unit analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *organization*, dimana yang diteliti merupakan suatu organisasi. Sehingga data yang diperoleh yaitu mengenai atau berasal dari suatu organisasi tertentu, yaitu perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat variabel – variabel penelitian dianalisis seperti organisasi/perusahaan/instansi atau daerah tertentu. Lokasi penelitian pada penelitian ini adalah Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berlokasi di Jl. Jend. Sudirman Kay 52-53, Jakarta Selatan 2190, Indonesia.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume, yang berupa angka – angka. Pengertian data kuantitatif secara umum yaitu data informasi yang berupa simbol angka atau bilangan. Berdasarkan simbol – simbol angka tersebut perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter.

3.3.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data – data yang diperoleh secara tidak langsung, tetapi diperoleh dari penyedia data seperti media masa, perusahaan penyedia jasa, bursa efek, data yang digunakan peneliti dalam penelitian sebelumnya, data yang disediakan pada *statistic software* dan sebagainya. Pada penelitian ini, sumber data yang diperoleh oleh peneliti yaitu dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), dan dari situs resmi perusahaan.

3.4 Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu variabel bebas (X) atau disebut juga variabel independen dan variabel terikat (Y) atau disebut juga variabel dependen.

3.4.1 Variabel Bebas

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecenden*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas yaitu variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2014). Variabel ini berfungsi untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

1. Variabel X_1 , *Investment Opportunity Set*

Menurut Myers, 1997 (dalam Hidayah, 2005) *investment opportunity set* (IOS) merupakan keputusan investasi dalam bentuk kombinasi antara asset yang dimiliki dengan pilihan investasi yang akan datang diukur dengan *net present value* (NPV) positif yang akan memengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, *investment opportunity set* (IOS) diukur menggunakan *market to book value of equity* (MBVE) dengan rumus sebagai berikut:

$$MBVE = \frac{(Share\ Outsanding\ x\ Share\ Closing\ Price)}{Total\ Equity}$$

2. Variabel X_2 , Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator kemampuan seorang manajemen dalam mendapatkan pendapatan suatu perusahaan yang berupa laba dan dihasilkan dari perusahaan itu sendiri. Profitabilitas juga dapat dilihat melalui kemampuan modal yang ditanamkan perusahaan secara keseluruhan jumlah aktiva untuk memperoleh pengembalian asset. Profitabilitas penting bagi perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu (Dhani & Utama, 2017). Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan *return on asset* (ROA) dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3. Variabel X_3 , Ukuran Perusahaan

Brigham dan Houston (2011:234) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan rata – rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun, dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh laba bersih sebelum pajak. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural total asset dengan rumus sebagai berikut:

$$Size = Ln (Total Aset)$$

3.4.2 Variabel Terikat

Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Nilai Perusahaan.

1. Variabel Y, Nilai Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2011:171) nilai perusahaan bisa diukur dengan *price to book value* (PBV) yaitu perbandingan antar harga pasar saham dengan nilai buku saham per lembar saham. Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan pada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan *price to book value* (PBV) dengan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<u>Independen:</u> X_1 : Investment Opportunity Set	<i>Market to Book Value of Equity (MBVE)</i>	• $\frac{(\text{Share Outstanding} \times \text{Share Closing Price})}{\text{Total Equity}}$	• Rasio
X_2 : Profitabilitas	<i>Return on Asset (ROA)</i>	• $\frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$	• Rasio
X_3 : Ukuran Perusahaan	Total Asset	• Ln (Total Aset)	• Rasio
<u>Dependen:</u> Nilai Perusahaan (Y)	<i>Price to Book value (PBV)</i>	• $\frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$	• Rasio

3.5 Metode Penarikan Sampel

Pada penelitian ini metode penarikan sampel yang digunakan adalah metode *non probabilitas* dimana anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2019:133) mengemukakan bahwa Teknik *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini jumlah populasi perusahaan sebanyak 80 perusahaan (sebagaimana terlampir dalam lampiran), sampel yang digunakan adalah 21 perusahaan dari 80 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017 – 2021, dengan kriteria *purposive sampling* nya sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 – 2021.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap dan konsisten selama periode 2017 – 2021.
3. Memiliki data keuangan tahunan periode 2017 – 2021 yang lengkap serta datanya dapat diakses.
4. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan dalam satuan rupiah.
5. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang selama tahun penelitian dari 2017 – 2021 menghasilkan laba/keuntungan.

Tabel 3.2
Metode Penarikan Sampel

No	Kode Perusahaan	Kriteria				
		1	2	3	4	5
1	CEKA	√	√	√	√	√
2	HRTA	√	√	√	√	√
3	DLTA	√	√	√	√	√
4	ICBP	√	√	√	√	√
5	INDF	√	√	√	√	√
6	MYOR	√	√	√	√	√
7	ULTJ	√	√	√	√	√
8	GGRM	√	√	√	√	√
9	HMSP	√	√	√	√	√
10	WIIM	√	√	√	√	√
11	DVLA	√	√	√	√	√
12	UNVR	√	√	√	√	√
13	ROTI	√	√	√	√	√
14	KAEF	√	√	√	√	√
15	KLBF	√	√	√	√	√
16	MERK	√	√	√	√	√
17	PYFA	√	√	√	√	√
18	TSPC	√	√	√	√	√
19	ADES	√	√	√	√	√
20	KINO	√	√	√	√	√
21	HOKI	√	√	√	√	√

Sumber: website BEI, diolah oleh penulis 2023

Adapun sampel yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tanggal Listing di BEI
1	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	09 Juli 1996
2	HRTA	PT Hartadinata Abadi Tbk	21 Juni 2017
3	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk	27 Februari 1984
4	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	07 Oktober 2010
5	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	14 Juli 1994
6	MYOR	PT Mayora Indah Tbk	04 Juli 1990
7	ULTJ	PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk	02 Juli 1990
8	GGRM	PT Gudang Garam Tbk	27 Agustus 1990
9	HMSP	PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	15 Agustus 1990
10	WIIM	PT Wismilak Inti Makmur Tbk	18 Desember 2012
11	DVLA	PT Darya-Varia Laboratoria Tbk	11 November 1994
12	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	11 Januari 1982

13	ROTI	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk	28 Juni 2010
14	KAEF	PT Kimia Farma Tbk	04 Juli 2001
15	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	30 Juli 1991
16	MERK	PT Merck Tbk	23 Juli 1981
17	PYFA	PT Pyridam Farma Tbk	16 Oktober 2001
18	TSPC	PT Tempo Scan Pasific Tbk	17 Juni 1994
19	ADES	PT Akasha Wira International Tbk	13 Juni 1994
20	KINO	PT Kino Indonesia Tbk	11 Desember 2015
21	HOKI	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	22 Juni 2017

Sumber:website BEI, diolah oleh penulis 2023

3.6 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018:224) menjelaskan bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai sumber, berbagai *setting* dan berbagai cara. Dalam penelitian ini metode pengumpulan datanya dilihat dari sumber data yaitu data sekunder, berupa dokumen laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Dalam penelitian mengenai “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021” penulis mengumpulkan data sebagai berikut ini:

- Data Sekunder
Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini bukan merupakan dari sumber yang dipublikasikan secara langsung. Untuk mendapatkan data sekunder dalam penelitian ini yang berupa laporan keuangan perusahaan dilakukan dengan cara mendownload dari situs resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id. Selain itu data dan informasi pendukung lainnya juga diperoleh dari situs resmi perusahaan.

3.7 Metode Pengolahan Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil. Data yang dilihat dari analisis statistik deskriptif meliputi nilai maksimum, minimum, *mean*, standar deviasi, dan jumlah data penelitian (Sugiyono, 2017).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan dalam penelitian ini agar hasil dari analisis atau hasil dari penelitian ini jelas sehingga pembaca dapat mempercayai bahwa penelitian ini memang benar – benar terjadi dan dapat digunakan oleh pembaca untuk mengetahui kinerja yang ada di perusahaan atau Ketika ingin melakukan investasi. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016:154) uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji variabel residual dalam model regresi apakah memiliki distribusi yang normal. Salah satu cara untuk menguji normalitas residual adalah dengan melakukan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-smirnov* (K-S). Pengambilan hipotesis menurut (Ghozali, 2016:170) uji K-S dilakukan dengan cara membuat hipotesis:

- a. H_0 : Jika nilai signifikan $> 0,05$ data terdistribusi normal
- b. H_a : Jika nilai signifikan $< 0,05$ data tidak terdistribusi normal

2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2016:103) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas (*Independen*) dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik, jika model tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *variance inflation faktor* (VIF) dan *tolerance*. Dasar pengambilan uji multikolinieritas menurut (Ghozali, 2016:104) adalah:

- a. Melihat *tolerance*: jika nilai *tolerance* $< 0,01$ menunjukkan adanya multikolinieritas
- b. Melihat VIF: jika nilai dari VIF > 10 menunjukkan adanya multikolinieritas

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji suatu model apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual untuk satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2016:134). Apabila *variance* dari residual tetap, maka terjadi homoskedastisitas dan apabila berbeda maka heteroskedastisitas, suatu regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian menggunakan grafik *scatterplots* untuk melihat ada tidaknya indikasi heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2018:137-138) dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Bila titik – titik membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas.
- b. Bila tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, berarti tidak ada heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat menggunakan *Run test*. *Run test* sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. *Run test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis).

- H_0 : Residual (res_1) *random* (acak)
- H_a : Residual (res_1) tidak *random*

Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) $> 0,05$ maka data yang digunakan cukup random sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2014) analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen dan bagaimana signifikansi atau seberapa erat hubungan antara dua variabel (independen dan dependen).

Formulasi persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen, dalam hal ini adalah Nilai Perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

x_1 = *Investment opportunity set* yang diukur menggunakan *Market to Book Value of Equity* (MBVE)

x_2 = *Profitabilitas* yang diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA)

x_3 = *Ukuran perusahaan* yang diukur menggunakan *logaritma natural total aset*

e = Standar error

3.7.4 Uji Hipotesis

1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model sejauh mana dalam menjelaskan variabel – variabel terikat (Ghozali, 2016:95). Menurut Ghozali (2016:95) kriteria yang digunakan adalah:

- a. Jika nilai koefisien determinasi mendekati nilai 0, maka pengaruh variabel terikat perilaku keuangan lemah.
- b. Jika nilai koefisien determinasi mendekati nilai 1, maka pengaruh variabel terikat perilaku keuangan kuat.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97) uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial, jadi uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima.

3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji pengaruh simultan (Uji F) menurut Ghozali (2016:171) uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama – sama atau simultan memengaruhi variabel dependen. Uji pengaruh simultan (uji f) dikenal dengan uji serentak atau uji model/uji anova. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian statistik F yaitu:

- a. Bila nilai signifikan F lebih kecil daripada 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya semua variabel independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen.
- b. Bila nilai signifikan F lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya semua variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

4.1.1 Pengumpulan Data

Objek pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen (X), sedangkan untuk variabel dependen (Y) adalah Nilai Perusahaan. Unit analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah organization, dalam hal ini unit analisis adalah divisi organisasi yaitu perusahaan. Dengan lokasi penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung tetapi diperoleh dari penyedia data. Pada penelitian ini sumber data yang diperoleh oleh peneliti mengenai data laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang telah diaudit diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan informasi mengenai daftar perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi diperoleh dari website resmi masing – masing perusahaan.

Dalam penelitian ini, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan penentuan sampel dengan metode penarikan sampel non acak dengan jenis *purposive sampling* atau penentuan sampel dengan memberikan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini perusahaan yang akan dilakukan penelitian adalah perusahaan – perusahaan yang telah *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Berdasarkan pada data yang diperoleh dari www.idnfinancials.com bahwa jumlah seluruh populasi perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi terdapat 80 perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia, akan tetapi setelah dilakukan *purposive sampling* maka diperoleh sampel yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini sebanyak 21 perusahaan, sampel dalam penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa kriteria yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 – 2021.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap dan konsisten selama periode 2017 – 2021.
3. Memiliki data keuangan tahunan periode 2017 – 2021 yang lengkap serta datanya data diakses.
4. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan dalam satuan rupiah.

5. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang selama tahun penelitian dari 2017 – 2021 menghasilkan laba/keuntungan.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka dari 80 populasi (sebagaimana terlampir dalam lampiran) sebanyak 21 perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Nama – nama perusahaan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1

Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tanggal Listing di BEI
1	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	09 Juli 1996
2	HRTA	PT Hartadinata Abadi Tbk	21 Juni 2017
3	DLTA	PT Delta Jakarta Tbk	27 Februari 1984
4	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	07 Oktober 2010
5	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	14 Juli 1994
6	MYOR	PT Mayora Indah Tbk	04 Juli 1990
7	ULTJ	PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk	02 Juli 1990
8	GGRM	PT Gudang Garam Tbk	27 Agustus 1990
9	HMSP	PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	15 Agustus 1990
10	WIIM	PT Wismilak Inti Makmur Tbk	18 Desember 2012
11	DVLA	PT Darya-Varia Laboratoria Tbk	11 November 1994
12	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	11 Januari 1982
13	ROTI	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk	28 Juni 2010
14	KAEF	PT Kimia Farma Tbk	04 Juli 2001
15	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	30 Juli 1991
16	MERK	PT Merck Tbk	23 Juli 1981
17	PYFA	PT Pyridam Farma	16 Oktober 2001
18	TSPC	PT Tempo Scan Pasific Tbk	17 Juni 1994
19	ADES	PT Akasha Wira International Tbk	13 Juni 1994
20	KINO	PT Kino Indonesia Tbk	11 Desember 2015
21	HOKI	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	22 Juni 2017

4.1.2 Data *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021

1. *Investment Opportunity Set*

Investment opportunity set merupakan pilihan set kesempatan investasi dimasa depan yang berpotensi memberikan dampak positif terhadap pengembangan aset dan rencana bisnis perusahaan apabila memiliki *net present value* positif (Kallapur, 2001). Peranan IOS sangat penting karena merupakan sebuah bentuk kombinasi

keputusan investasi atas aset yang dimiliki dan pilihan investasi masa depan yang akan memengaruhi nilai perusahaan. Dalam penelitian ini IOS diprosikan dengan menggunakan *Market to Book Value of Equity* (MBVE), semakin tinggi nilai MBVE maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berikut data *investment opportunity set* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021.

Tabel 4.2

Data *Investment Opportunity Set* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

No	Kode Perusahaan	<i>Investment Opportunity Set</i>					Rata - rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	CEKA	0,85	0,84	0,88	0,84	0,81	0,84
2	HRTA	1,38	1,29	0,76	0,83	0,64	0,98
3	DLTA	3,21	3,43	4,49	3,45	2,96	3,51
4	ICBP	5,11	5,37	4,89	2,22	1,85	3,89
5	INDF	1,42	1,31	1,28	0,76	0,64	1,08
6	MYOR	6,14	6,86	4,62	5,38	4,02	5,40
7	ULTJ	3,56	3,27	3,52	3,87	3,53	3,55
8	GGRM	3,82	3,57	2,01	1,35	0,99	2,35
9	HMSP	7,94	8,92	6,94	5,79	3,85	6,69
10	WIIM	0,62	2,95	0,34	0,96	0,68	1,11
11	DVLA	1,96	1,80	1,90	2,04	2,22	1,98
12	UNVR	8,25	4,69	6,07	1,14	0,73	4,17
13	ROTI	2,76	2,54	2,60	2,61	2,95	2,69
14	KAEF	4,58	3,48	0,99	3,32	1,87	2,85
15	KLBF	5,70	4,66	4,53	3,80	3,56	4,45
16	MERK	6,19	3,72	2,19	2,40	2,42	3,38
17	PYFA	0,90	0,85	0,81	3,31	3,25	1,82
18	TSPC	1,59	1,15	1,05	0,99	0,98	1,15
19	ADES	1,23	1,13	1,10	1,32	2,00	1,36
20	KINO	1,47	1,83	1,81	1,51	1,09	1,54
21	HOKI	0,04	0,08	0,08	0,09	0,06	0,07
Rata - rata Tahun		3,27	3,03	2,52	2,28	1,96	2,61

Sumber: website BEI, data diolah oleh penulis 2023

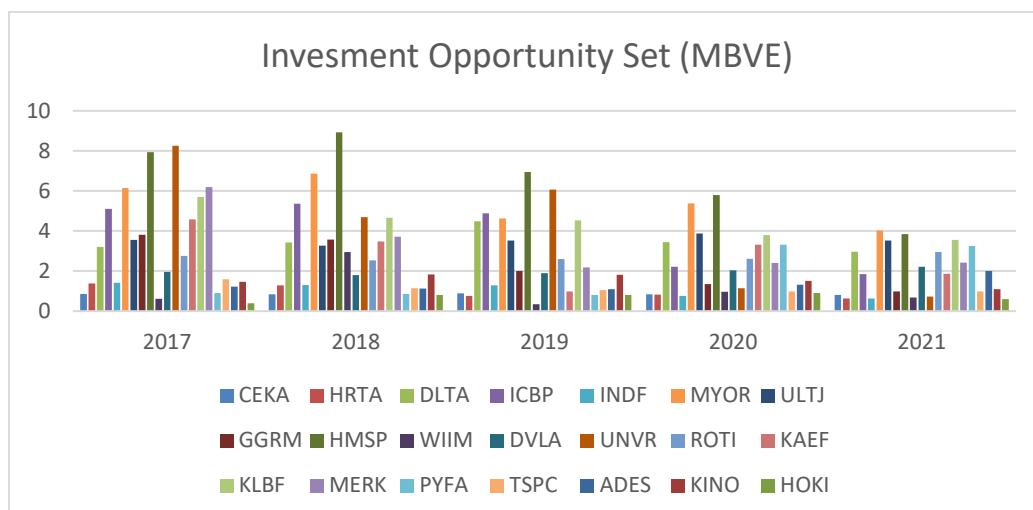
Berdasarkan tabel 4.2, *investment opportunity set* dapat mengimplikasikan nilai aset dan nilai kesempatan perusahaan untuk bertumbuh dimasa yang akan

datang. Perusahaan dengan tingkat *investment opportunity set* tinggi cenderung akan memiliki prospek pertumbuhan perusahaan yang tinggi dimasa depan. Sehingga dengan adanya kesempatan investasi dapat menyebabkan laba perusahaan dimasa depan akan meningkat.

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa rata – rata penelitian *investment opportunity set* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017 – 2021 adalah sebesar 2,61. Terdapat perusahaan yang memiliki rata – rata *investment opportunity set* di bawah rata – rata penelitian sebesar 2,61 yaitu perusahaan CEKA, HRTA, INDF, GGRM, WIIM, DVLA, PYFA, TSPC, ADES, KINO dan HOKI. Sedangkan perusahaan DLTA, ICBP, MYOR, ULTJ, HMSP, UNVR, ROTI, KAEF, KLBF, dan MERK memiliki rata – rata *investment opportunity set* di atas rata – rata penelitian. Rata – rata *investment opportunity set* pertahun yang lebih rendah dari rata – rata penelitian yaitu terjadi pada tahun 2019, 2020 dan 2021. Sedangkan pada tahun 2017 dan 2018 memiliki rata – rata *investment opportunity set* di atas rata – rata penelitian.

Pada tahun 2017 rata – rata *investment opportunity set* adalah sebesar 3,27, nilai *investment opportunity set* tertinggi dimiliki oleh perusahaan UNVR sebesar 8,25 dan nilai *investment opportunity set* terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,04. Pada tahun 2018 rata – rata *investment opportunity set* adalah sebesar 3,03, nilai *investment opportunity set* tertinggi dimiliki oleh perusahaan HMSP sebesar 8,92 dan nilai *investment opportunity set* terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,08. Pada tahun 2019 rata – rata *investment opportunity set* adalah sebesar 2,52, nilai *investment opportunity set* tertinggi dimiliki oleh perusahaan HMSP sebesar 6,94 dan nilai *investment opportunity set* terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,08. Kemudian pada tahun 2020 rata – rata *investment opportunity set* adalah sebesar 2,28, nilai *investment opportunity set* tertinggi dimiliki oleh perusahaan HMSP sebesar 5,79 dan nilai *investment opportunity set* terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,09. Selanjutnya, pada tahun 2021 rata – rata *investment opportunity set* adalah sebesar 1,96, nilai *investment opportunity set* tertinggi dimiliki oleh perusahaan MYOR sebesar 4,02 dan nilai *investment opportunity set* terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,06.

Berikut disajikan grafik perkembangan *investment opportunity set* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021.



Sumber: website BEI, data diolah 2023

Gambar 4.1

Investment Opportunity Set Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021

Berdasarkan Gambar 4.1, dari data tersebut dapat dilihat bahwa *investment opportunity set* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017 – 2021 mengalami fluktuasi. Pada perusahaan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk atau CEKA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai *investment opportunity set* sebesar 0,85, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi 0,84 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 0,88. Selanjutnya pada tahun 2020 sampai tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 0,84 dan pada tahun 2021 menjadi 0,81.

Pada perusahaan PT Hartadinata Abadi Tbk atau HRTA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki HRTA sebesar 1,38, kemudian pada tahun 2018 sampai tahun 2019 cenderung mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 1,29 dan pada tahun 2019 menjadi 0,76. Selanjutnya pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 0,83 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 0,64.

Pada perusahaan PT Delta Djakarta Tbk atau DLTA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki DLTA sebesar 3,21, kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 3,43 dan pada tahun 2019 menjadi 4,49. Selanjutnya, pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021

mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 3,45 dan pada tahun 2021 menjadi 2,96.

Pada perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk atau ICBP tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki ICBP sebesar 5,11 dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 5,37. Kemudian, pada tahun 2019 sampai tahun 2021 cenderung mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 4,89, pada tahun 2020 menjadi 2,22 dan pada tahun 2021 menjadi 1,85.

Pada perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk atau INDF tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki INDF yaitu sebesar 1,42. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 1,31, pada tahun 2019 menjadi 1,28, pada tahun 2020 menjadi 0,76 dan pada tahun 2021 menjadi 0,64.

Pada perusahaan PT Mayora Indah Tbk atau MYOR tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki MYOR yaitu sebesar 6,14 dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 6,86. Kemudian pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 4,62. Pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 5,38 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 4,02.

Pada perusahaan PT Ultrajaya Milk Industry Tbk atau ULTI tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki ULTI yaitu sebesar 3,56 dan mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi 3,27. Pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 3,52 dan pada tahun 2020 menjadi 3,87. Kemudian, pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 3,53.

Pada perusahaan PT Gudang Garam Tbk atau GGRM tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki GGRM yaitu sebesar 3,82. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 3,57, pada tahun 2019 menjadi 2,01, pada tahun 2020 menjadi 1,35 dan pada tahun 2021 menjadi 0,99.

Pada perusahaan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk atau HMSP tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki HMSP yaitu sebesar 7,94. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 8,92. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 6,94, pada tahun 2020 menjadi 5,79 dan pada tahun 2021 menjadi 3,85.

Pada perusahaan PT Wismilak Inti Makmur Tbk atau WIIM tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki WIIM yaitu sebesar 0,62. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 2,95 dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 0,34. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 0,96 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 0,68.

Pada perusahaan PT Darya-Varia Laboratoria Tbk atau DVLA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki DVLA yaitu sebesar 1,96 dan pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 1,80. Kemudian, pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 cenderung mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 1,90, pada tahun 2020 menjadi 2,04 dan pada tahun 2021 menjadi 2,22.

Pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk atau UNVR tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki UNVR yaitu sebesar 8,25 dan pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 4,69. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 6,07. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 1,14 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 0,73.

Pada perusahaan PT Nippon Indosari Corporindo Tbk atau ROTI tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki ROTI yaitu sebesar 2,76 dan pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 2,54. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 cenderung mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 2,60, pada tahun 2020 menjadi 2,61 dan pada tahun 2021 menjadi 2,95.

Pada perusahaan PT Kimia Farma Tbk atau KAEF tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki KAEF yaitu sebesar 4,58 dan pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 3,48 dan pada tahun 2019 menjadi 0,99. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 3,32 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 1,87.

Pada perusahaan PT Kalbe Farma Tbk atau KLBF tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki KLBF yaitu sebesar 5,70. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 4,66, pada tahun 2019 menjadi 4,53, pada tahun 2020 menjadi 3,80 dan pada tahun 2021 menjadi 3,56.

Pada perusahaan PT Merck Tbk atau MERK tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki MERK yaitu sebesar 6,19. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami

penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 3,72 dan pada tahun 2019 menjadi 2,19. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 2,40 dan pada tahun 2021 menjadi 2,42.

Pada perusahaan PT Pyridam Farma Tbk atau PYFA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki PYFA yaitu sebesar 0,90. Pada tahun 2018 sampai dengan 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 0,85 dan pada tahun 2019 menjadi 0,81. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan yaitu menjadi 3,31 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 3,25.

Pada perusahaan PT Tempo Scan Pasific Tbk atau TSPC tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki TSPC yaitu sebesar 1,59. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 1,15, pada tahun 2019 menjadi 1,05, pada tahun 2020 menjadi 0,99 dan pada tahun 2021 menjadi 0,98.

Pada perusahaan PT Akasha Wira International Tbk atau ADES tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki ADES yaitu sebesar 1,23. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 1,13 dan pada tahun 2019 menjadi 1,10. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 1,32 dan pada tahun 2021 menjadi 2,00.

Pada perusahaan PT Kino Indonesia Tbk atau KINO tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki KINO yaitu sebesar 1,47. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan yaitu menjadi sebesar 1,83. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 cenderung mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 1,81, pada tahun 2020 menjadi 1,51, dan pada tahun 2021 menjadi 1,09.

Pada perusahaan PT Buyung Poetra Sembada Tbk atau HOKI tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 *investment opportunity set* yang dimiliki HOKI yaitu sebesar 0,04. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 0,08, pada tahun 2019 tidak terjadi fluktuasi. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 0,09 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan yaitu menjadi 0,06.

Berdasarkan data di atas, *investment opportunity set* selama tahun penelitian memiliki rata – rata yang terus menurun setiap tahunnya. Apabila suatu perusahaan dapat memanfaatkan modalnya dengan baik dalam menjalankan usaha, maka semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut akan bertumbuh. Hal tersebut menandakan bahwa perusahaan dengan nilai pasar yang tinggi dinilai baik oleh

investor karena dapat memberikan return yang baik melalui harga saham yang tinggi. Artinya, penurunan *investment opportunity set* menunjukkan kinerja perusahaan dalam mengelola modalnya mengalami penurunan, sehingga harga saham perusahaan cenderung mengalami penurunan dan pada akhirnya semakin menurun pula return yang diperoleh perusahaan.

2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan entitas dalam memperoleh laba selama periode tertentu dengan tingkat penjualan, total aset dan ekuitas sehingga investor jangka panjang sangat berkepentingan dengan informasi profitabilitas (Amro dan Asyik, 2021). Rasio profitabilitas juga memberikan ukuran seberapa efektif manajemen yang ditunjukkan dari hasil laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Asset (ROA)*, karena efisiensi suatu entitas dalam mengelola asetnya bisa terlihat dari presentasi rasio *return on asset*.

Berikut data profitabilitas yang diproksikan menggunakan ROA pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021.

Tabel 4.3

Data Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

No	Kode Perusahaan	Profitabilitas (ROA)					Rata - rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	CEKA	7,71%	7,93%	15,47%	11,61%	11,02%	10,75%
2	HRTA	7,78%	8,03%	6,49%	6,04%	5,59%	6,79%
3	DLTA	20,87%	22,19%	22,29%	10,07%	14,36%	17,96%
4	ICBP	16,51%	18,76%	19,12%	8,88%	9,87%	14,63%
5	INDF	9,82%	9,47%	10,22%	7,90%	9,41%	9,37%
6	MYOR	16,50%	14,94%	16,66%	14,31%	8,90%	14,26%
7	ULTJ	13,88%	12,63%	15,67%	12,68%	17,24%	14,42%
8	GGRM	11,62%	11,28%	13,83%	9,78%	6,23%	10,55%
9	HMSP	29,37%	29,05%	26,96%	17,28%	13,44%	23,22%
10	WIIM	3,31%	4,07%	2,10%	10,69%	9,35%	5,91%
11	DVLA	9,89%	11,92%	12,12%	8,16%	7,03%	9,82%
12	UNVR	37,05%	44,67%	35,80%	34,89%	30,20%	36,52%
13	ROTI	2,96%	2,89%	5,06%	3,80%	6,70%	4,28%
14	KAEF	4,56%	4,72%	0,09%	0,12%	1,63%	2,22%
15	KLBF	14,76%	13,76%	12,52%	12,41%	12,59%	13,21%
16	MERK	17,08%	12,93%	8,68%	7,73%	12,83%	11,85%

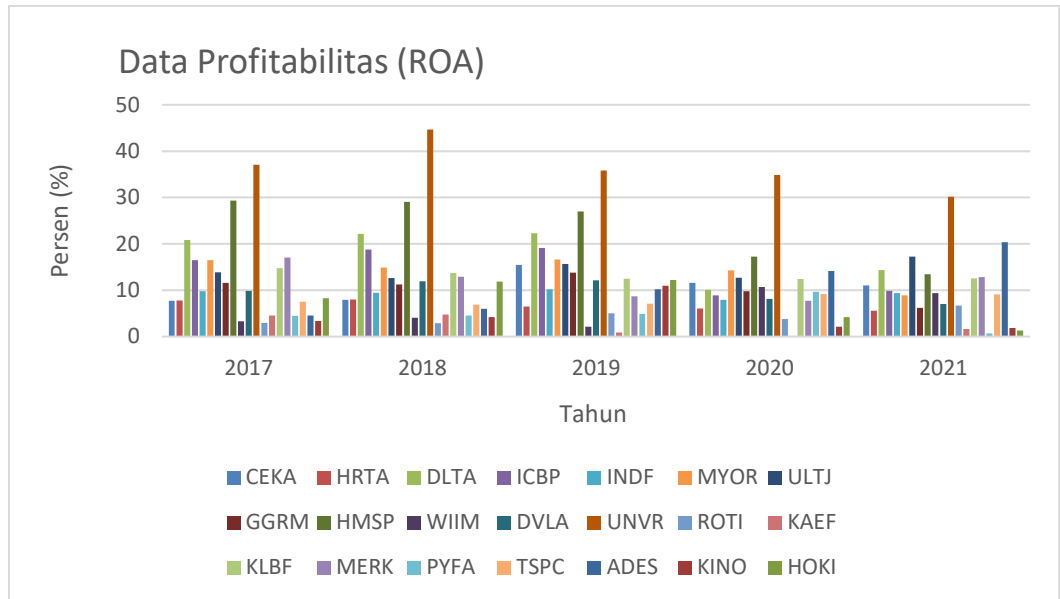
17	PYFA	4,47%	4,52%	4,90%	9,67%	0,68%	4,85%
18	TSPC	7,50%	6,87%	7,11%	9,16%	9,10%	7,95%
19	ADES	4,55%	6,01%	10,20%	14,16%	20,38%	11,06%
20	KINO	3,39%	4,18%	10,98%	2,16%	1,88%	4,52%
21	HOKI	8,31%	11,89%	12,22%	4,19%	1,27%	7,58%
Rata - rata Tahun		11,99%	12,51%	12,79%	10,27%	9,99%	11,51%

Sumber: website BEI, data diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3, profitabilitas selama lima tahun yaitu dari tahun 2017 sampai 2021 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa rata – rata penelitian profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017 – 2021 adalah 11,51%. Terdapat perusahaan yang memiliki rata – rata profitabilitas pada tahun 2017 – 2021 di bawah rata – rata penelitian sebesar 11,51%, yaitu perusahaan CEKA, HRTA, INDF, GGRM, WIIM, DVLA, ROTI, KAEF, PYFA, TSPC, ADES, KINO, dan HOKI. Sedangkan perusahaan DLTA, ICBP, MYOR, ULTJ, HMSP, UNVR, KLBF, dan MERK memiliki rata – rata profitabilitas di atas rata – rata penelitian. Rata – rata pertahun profitabilitas yang lebih rendah dari rata – rata penelitian yaitu terjadi pada tahun 2017, 2020, dan 2021. Sedangkan pada tahun 2018 dan 2019 memiliki rata – rata profitabilitas di atas rata – rata penelitian.

Pada tahun 2017 rata – rata profitabilitas adalah sebesar 11,99%, nilai profitabilitas tertinggi dimiliki oleh perusahaan UNVR sebesar 37,05% dan nilai profitabilitas terendah dimiliki oleh perusahaan ROTI sebesar 2,96%. Pada tahun 2018 rata – rata profitabilitas adalah sebesar 12,51%, nilai profitabilitas tertinggi dimiliki oleh perusahaan UNVR sebesar 44,67% dan nilai profitabilitas terendah dimiliki oleh perusahaan ROTI sebesar 2,89%. Pada tahun 2019 rata – rata profitabilitas adalah sebesar 12,79%, nilai profitabilitas tertinggi dimiliki oleh perusahaan UNVR sebesar 35,80% dan nilai profitabilitas terendah dimiliki oleh perusahaan KAEF sebesar 0,09%. Kemudian pada tahun 2020 rata – rata profitabilitas adalah sebesar 10,27%, nilai profitabilitas tertinggi dimiliki oleh perusahaan UNVR sebesar 34,89% dan nilai profitabilitas terendah dimiliki oleh perusahaan KAEF sebesar 0,12%. Selanjutnya, pada tahun 2021 rata – rata profitabilitas adalah sebesar 9,99%, nilai profitabilitas tertinggi dimiliki oleh perusahaan UNVR sebesar 30,20% dan nilai profitabilitas terendah dimiliki oleh perusahaan PYFA sebesar 0,68%.

Berikut disajikan grafik perkembangan profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021.



Sumber : website BEI, data diolah, 2023

Gambar 4.2

Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Berdasarkan Gambar 4.2, dari data tersebut dapat dilihat bahwa profitabilitas yang diproksikan menggunakan *Return on Asset* (ROA) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017 – 2021 mengalami fluktuasi. Pada perusahaan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk atau CEKA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan profitabilitas. Pada tahun 2017 profitabilitas CEKA sebesar 7,71%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 cenderung mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 7,93% dan pada tahun 2019 menjadi 15,47%. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 11,61% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 11,02%. Dengan demikian telah terjadi penurunan kinerja manajemen dalam menghasilkan laba bagi perusahaan.

Pada perusahaan PT Hartadinata Abadi Tbk atau HRTA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas HRTA sebesar 7,78%. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 8,03%. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 cenderung mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 6,49%, pada tahun 2020 menjadi 6,04% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 5,59%.

Pada perusahaan PT Delta Djakarta Tbk atau DLTA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas DLTA sebesar

20,87%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 22,19% dan pada tahun 2019 menjadi 22,29%. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 10,07% dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi sebesar 14,36%.

Pada perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk atau ICBP tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas ICBP sebesar 16,51%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi sebesar 18,76% dan pada tahun 2019 menjadi 19,12%. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 8,88% dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi 9,87%.

Pada perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk atau INDF tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas INDF sebesar 9,82%. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 9,47%. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 10,22%. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 7,90% dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi sebesar 9,41 %.

Pada perusahaan PT Mayora Indah Tbk atau MYOR tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas MYOR sebesar 16,50%. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 14,94% dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 16,66%. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 14,31% dan pada tahun 2021 menjadi 8,90%.

Pada perusahaan PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk atau UL TJ tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas UL TJ sebesar 13,88%. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 12,63% dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 15,67%. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 12,68% dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi 17,24%.

Pada perusahaan PT Gudang Garam Tbk atau GGRM tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas GGRM sebesar 11,62%. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 11,28% dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 13,83%. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 9,78% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 6,23%.

Pada perusahaan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk atau HMSP tahun 2017 - 2021 cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas HMSP sebesar 29,37%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan,

yaitu pada tahun 2018 menjadi 29,05%, pada tahun 2019 menjadi 26,96%, pada tahun 2020 menjadi 17,28% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 13,44%.

Pada perusahaan PT Wismilak Inti Makmur Tbk atau WIIM tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas WIIM sebesar 3,31%. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 4,07% dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 2,10%. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 10,69% dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 9,35%.

Pada perusahaan PT Darya-Varia Laboratoria Tbk atau DVLA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas DVLA sebesar 9,89%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 11,92% dan pada tahun 2019 menjadi 12,12%. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 8,16% dan pada tahun 2021 menjadi 7,03%.

Pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk atau UNVR tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas UNVR sebesar 37,05%. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 44,67%. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 cenderung mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 35,80%, pada tahun 2020 menjadi 34,89% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 30,20%

Pada perusahaan PT Nippon Indosari Corporindo Tbk atau ROTI tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas ROTI sebesar 2,96%. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 2,89% dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 5,06%. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 3,80% dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi 6,70%.

Pada perusahaan PT Kimia Farma Tbk atau KAEF tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas KAEF sebesar 4,56%. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 4,72% dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 0,09%. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 0,12% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 1,63%.

Pada perusahaan PT Kalbe Farma Tbk atau KLBF tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas KLBF sebesar 14,76%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 cenderung mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 13,76%, pada tahun 2019 menjadi 12,52% dan pada tahun 2020 menjadi 12,41%. Kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi sebesar 12,59%.

Pada perusahaan PT Merck Tbk atau MERK tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas MERK sebesar 17,08%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 cenderung mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 12,93%, pada tahun 2019 menjadi 8,68% dan pada tahun 2020 menjadi 7,73%. Kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi sebesar 12,83%.

Pada perusahaan PT Pyridam Farma Tbk atau PYFA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas PYFA sebesar 4,47%. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 4,52%. Pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 4,90% dan pada tahun 2020 menjadi 9,67%. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 0,68%

Pada perusahaan PT Tempo Scan Pasific Tbk atau TSPC tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas TSPC sebesar 7,50%. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 6,87%. Pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 7,11% dan pada tahun 2020 menjadi 9,16%. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 9,10%.

Pada perusahaan PT Akasha Wira International Tbk atau ADES tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 profitabilitas ADES sebesar 4,55%. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 6,01%, pada tahun 2019 menjadi 10,20%, pada tahun 2020 menjadi 14,16% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 20,38%.

Pada perusahaan PT Kino Indonesia Tbk atau KINO tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas KINO sebesar 3,39%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 4,18% dan pada tahun 2019 menjadi 10,98%. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 2,16% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 1,88%.

Pada perusahaan PT Buyung Poetra Sembada Tbk atau HOKI tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 profitabilitas HOKI sebesar 8,31%. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 11,89% dan pada tahun 2019 menjadi 12,22%. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 4,19% dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 1,27%.

Berdasarkan data di atas, profitabilitas yang dihitung menggunakan *return on asset* selama tahun penelitian mengalami kenaikan dan penurunan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi pula laba bersih yang

dihasilkan dari setiap Rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Peningkatan profitabilitas menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan kinerja manajemen dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Kemudian penurunan profitabilitas ini menunjukkan aktivitas penjualan yang belum optimal dan terlalu besarnya beban operasional serta beban – beban lain. Dengan demikian, telah terjadi penurunan kinerja manajemen dalam menghasilkan laba bagi perusahaan, hal tersebut berarti menunjukkan ketidakmampuan manajemen dalam memperoleh ROA.

3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur yang menunjukkan skala besar atau kecilnya suatu perusahaan (Wibowo, 2021). Ukuran perusahaan dianggap dapat memengaruhi nilai dari suatu perusahaan dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan atau skala dari perusahaan, maka perusahaan juga akan semakin mudah mendapatkan sumber pendanaan nantinya. Besarnya total aset yang dimiliki perusahaan akan memiliki pengaruh langsung dalam aktivitas perusahaan untuk meningkatkan keuntungan atau laba yang menyebabkan adanya peningkatan pengembalian yang didapatkan perusahaan.

Berikut data ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021.

Tabel 4.4

Data Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

No	Kode Perusahaan	Ukuran Perusahaan					Rata - rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	CEKA	14,15	13,97	14,15	14,26	14,34	14,17
2	HRTA	14,17	14,25	14,65	14,86	15,06	14,60
3	DLTA	14,11	14,24	14,17	14,02	14,08	14,12
4	ICBP	17,27	17,35	17,47	18,46	18,59	17,83
5	INDF	18,30	18,39	18,38	18,91	19,00	18,60
6	MYOR	16,52	16,68	16,76	16,80	16,81	16,71
7	ULTJ	15,46	15,53	15,70	15,99	15,82	15,70
8	GGRM	18,02	18,05	18,18	18,17	18,31	18,15
9	HMSP	17,58	17,66	17,75	17,72	17,79	17,70
10	WIIM	14,02	14,04	14,08	14,29	14,45	14,18
11	DVLA	14,31	14,34	14,42	14,50	14,55	14,42
12	UNVR	16,75	16,83	16,84	16,84	16,76	16,81
13	ROTI	15,33	15,30	15,36	15,31	15,25	15,31
14	KAEF	15,80	16,24	16,73	16,68	16,69	16,43

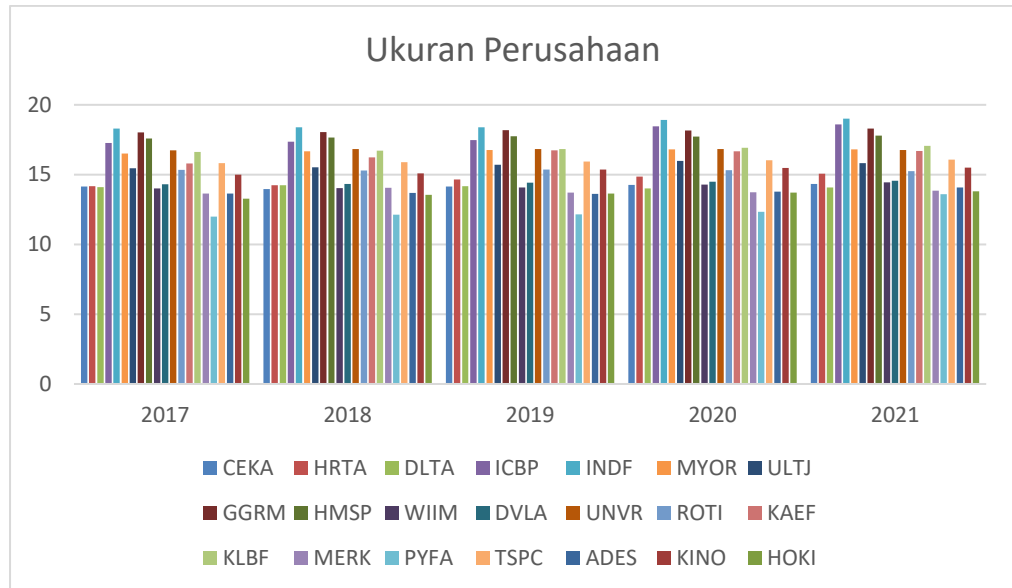
15	KLBF	16,63	16,71	16,82	16,93	17,06	16,83
16	MERK	13,65	14,05	13,71	13,74	13,84	13,80
17	PYFA	11,98	12,14	12,16	12,34	13,60	12,44
18	TSPC	15,82	15,88	15,94	16,02	16,08	15,95
19	ADES	13,64	13,69	13,62	13,77	14,08	13,76
20	KINO	14,99	15,09	15,36	15,47	15,49	15,28
21	HOKI	13,27	13,54	13,65	13,72	13,80	13,60
Rata - rata Tahun		15,32	15,43	15,52	15,66	15,78	15,54

Sumber: website BEI, data diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4, dari data tersebut dapat dilihat bahwa rata – rata penelitian ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021 adalah sebesar 15,54. Terdapat perusahaan yang memiliki rata – rata ukuran perusahaan pada tahun 2017 – 2021 di bawah rata – rata penelitian 15,54 yaitu perusahaan CEKA, HRTA, DLTA, WIIM, DVLA, ROTI, MERK, PYFA, ADES, KINO dan HOKI. Sedangkan perusahaan ICBP, INDF, MYOR, ULTJ, GGRM, HMSP, UNVR, KAEF, KLBF, dan TSPC memiliki rata – rata ukuran perusahaan di atas rata – rata penelitian. Rata – rata penelitiann ukuran perusahaan pertahun yang lebih rendah dari rata – rata penelitian yaitu terjadi pada tahun 2017, 2018 dan 2019. Sedangkan tahun 2020 dan 2021 memiliki rata – rata ukuran perusahaan di atas rata – rata penelitian.

Pada tahun 2017 rata – rata ukuran perusahaan adalah sebesar 15,32, nilai ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan INDF sebesar 18,30 dan nilai ukuran perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan PYFA sebesar 11,98. Pada tahun 2018 rata – rata ukuran perusahaan adalah sebesar 15,43, nilai ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan INDF sebesar 18,39 dan nilai ukuran perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan PYFA sebesar 12,14. Pada tahun 2019 rata – rata ukuran perusahaan adalah sebesar 15,52, nilai ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan INDF sebesar 18,38 dan nilai ukuran perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan PYFA sebesar 12,16. Kemudian pada tahun 2020 rata – rata ukuran perusahaan adalah sebesar 15,66, nilai ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan INDF sebesar 18,91 dan nilai ukuran perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan PYFA sebesar 12,34. Selanjutnya, pada tahun 2021 rata – rata ukuran perusahaan adalah sebesar 15,78, nilai ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan INDF sebesar 19,00 dan nilai ukuran perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan PYFA sebesar 13,60.

Adapun grafik rata – rata ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021 ditunjukkan pada grafik sebagai berikut:



Sumber: website BEI, data diolah, 2023

Gambar 4.3

Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Berdasarkan Gambar 4,3, dari data tersebut dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017 – 2021 mengalami fluktuasi. Pada perusahaan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk atau CEKA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan nilai ukuran perusahaan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan CEKA sebesar 14,15. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 13,97. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 cenderung mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 14,15, pada tahun 2020 menjadi 14,26, dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 14,34.

Pada perusahaan PT Hartadinata Abadi Tbk atau HRTA tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan HRTA sebesar 14,17. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 14,25, pada tahun 2019 menjadi 14,65, pada tahun 2020 menjadi 14,86 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 15,06.

Pada perusahaan PT Delta Djakarta Tbk atau DLTA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan DLTA sebesar 14,11. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 14,24. Pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2020 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019

menjadi 14,17 dan pada tahun 2020 menjadi 14,02. Kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi sebesar 14,08.

Pada perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk atau ICBP tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan ICBP sebesar 17,27. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 17,35, pada tahun 2019 menjadi 17,47, pada tahun 2020 menjadi 18,46 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 18,59.

Pada perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk atau INDF tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan INDF sebesar 18,30. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 18,39 dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 18,38. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 18,91 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 19,00.

Pada perusahaan PT Mayora Indah Tbk atau MYOR tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan MYOR sebesar 16,52. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 16,68, pada tahun 2019 menjadi 16,76, pada tahun 2020 16,80 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 16,81.

Pada perusahaan PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk atau ULTI tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan ULTI sebesar 15,46. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 cenderung mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 15,53, pada tahun 2019 menjadi 15,70 dan pada tahun 2020 menjadi sebesar 15,99. Kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 15,82.

Pada perusahaan PT Gudang Garam Tbk atau GGRM tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan GGRM sebesar 18,02. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 18,05 dan pada tahun 2019 menjadi 18,18. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 18,17 dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi sebesar 18,31.

Pada perusahaan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk atau HMSP tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan HMSP sebesar 17,58. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 17,66 dan pada tahun 2019 menjadi 17,75. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 17,72 dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi sebesar 17,79.

Pada perusahaan PT Wismilak Inti Makmur Tbk atau WIIM tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan WIIM sebesar 14,02. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 14,04, pada tahun 2019 menjadi 14,08, pada tahun 2020 menjadi 14,29 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 14,45.

Pada perusahaan PT Darya-Varia Laboratoria Tbk atau DVLA tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan DVLA sebesar 14,31. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 14,34, pada tahun 2019 menjadi 14,42, pada tahun 2020 menjadi 14,50 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 14,55.

Pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk atau UNVR tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan UNVR sebesar 16,75. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 16,83 dan pada tahun 2019 menjadi 16,84. Kemudian pada tahun 2020 tidak terjadi kenaikan atau penurunan masih tetap diangka yang sama yaitu 16,84 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 16,76.

Pada perusahaan PT Nippon Indosari Corporindo Tbk atau ROTI tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan ROTI sebesar 15,33. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 15,30 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 15,36. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 15,31 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 15,25.

Pada perusahaan PT Kimia Farma Tbk atau KAEF tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan KAEF sebesar 15,80. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 16,24 dan pada tahun 2019 menjadi 16,73. Kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 16,68 dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi sebesar 16,69.

Pada perusahaan PT Kalbe Farma Tbk atau KLBF tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan KLBF sebesar 16,63. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 16,71, pada tahun 2019 menjadi 16,82, pada tahun 2020 menjadi 16,93 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 17,06.

Pada perusahaan PT Merck Tbk atau MERK tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan MERK sebesar 13,65. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 14,05 dan pada tahun 2019

mengalami penurunan menjadi 13,71. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 13,74 dan pada tahun 2021 menjadi 13,84.

Pada perusahaan PT Pyridam Farma Tbk atau PYFA tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan PYFA sebesar 11,98. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 12,14, pada tahun 2019 menjadi 12,16, pada tahun 2020 12,34 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 13,60.

Pada perusahaan PT Tempo Scan Pasific Tbk atau TSPC tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan TSPC sebesar 15,82. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 15,88, pada tahun 2019 menjadi 15,94, pada tahun 2020 menjadi 16,02 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 16,08.

Pada perusahaan PT Akasha Wira International Tbk atau ADES tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan ADES sebesar 13,64. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 13,69 dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 13,62. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 13,77 dan pada tahun 2021 menjadi 14,08.

Pada perusahaan PT Kino Indonesia Tbk atau KINO tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan KINO sebesar 14,99. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 15,09, pada tahun 2019 menjadi 15,36, pada tahun 2020 menjadi 15,47 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 15,49.

Selanjutnya, pada perusahaan PT Buyung Poetra Sembada Tbk atau HOKI tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 nilai ukuran perusahaan HOKI sebesar 13,27. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 13,54, pada tahun 2019 menjadi 13,65, pada tahun 2020 menjadi 13,72 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 13,80.

Berdasarkan data di atas, ukuran perusahaan pada tahun penelitian mengalami peningkatan setiap tahunnya. Artinya semakin besar skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Namun demikian, ukuran perusahaan yang besar akan berpengaruh negatif terhadap suatu perusahaan, hal tersebut disebabkan oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan yang memiliki total aset besar cenderung menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham.

4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan mengelola perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV), yang merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi rasio tersebut semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Fahmi, 2012:119).

Berikut data nilai perusahaan yang diprosikan dengan *price to book value* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021.

Tabel 4.5

Data Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

No	Kode Perusahaan	Nilai Perusahaan (PBV)					Rata - rata Perusahaan
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	CEKA	0,85	0,84	0,88	0,84	0,81	0,84
2	HRTA	1,38	1,29	0,76	0,83	0,64	0,98
3	DLTA	3,21	3,43	4,49	3,45	2,96	3,51
4	ICBP	5,11	5,37	4,89	2,22	1,85	3,89
5	INDF	1,42	1,31	1,28	0,76	0,64	1,08
6	MYOR`	6,14	6,86	4,62	5,38	4,02	5,40
7	ULTJ	3,56	3,27	3,52	3,48	3,18	3,40
8	GGRM	3,82	3,57	2,01	1,35	0,99	2,35
9	HMSP	7,94	8,92	6,94	5,79	3,85	6,69
10	WIIM	0,62	2,95	0,34	0,96	0,68	1,11
11	DVLA	1,96	1,80	1,90	2,04	2,23	1,99
12	UNVR	8,25	4,69	6,07	5,68	3,63	5,66
13	ROTI	2,76	2,54	2,60	2,61	2,95	2,69
14	KAEF	4,58	3,48	0,99	3,32	1,87	2,85
15	KLBF	5,70	4,66	4,53	3,80	3,56	4,45
16	MERK	6,19	3,72	2,19	2,40	2,42	3,38
17	PYFA	0,90	0,85	0,81	3,31	3,25	1,82
18	TSPC	1,59	1,15	1,05	0,99	0,98	1,15
19	ADES	1,23	1,13	1,10	1,32	2,00	1,36
20	KINO	1,47	1,83	1,81	1,51	1,09	1,54

21	HOKI	0,04	0,08	0,09	0,09	0,07	0,07
Rata - rata Tahun		3,27	3,03	2,52	2,48	2,08	2,68

Sumber: website BEI, data diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6, dari data tersebut dapat dilihat bahwa rata – rata penelitian nilai perusahaan yang diprosikan dengan *price to book value* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017 – 2021 adalah 2,68. Terdapat perusahaan yang memiliki rata – rata nilai perusahaan pada tahun 2017 – 2021 di bawah rata – rata penelitian sebesar 2,05, yaitu perusahaan CEKA, HRTA, INDF, GGRM, WIIM, DVLA, PYFA, TSPC, ADES, KINO, dan HOKI. Sedangkan perusahaan DLTA, ICBP, MYOR, ULTJ, HMSP, UNVR, ROTI, KAEF, KLBF, dan MERK memiliki rata – rata nilai perusahaan di atas rata – rata penelitian. Rata – rata nilai perusahaan pertahun yang lebih rendah dari rata – rata penelitian yaitu terjadi pada tahun 2019, 2020 dan 2021. Sedangkan pada tahun 2017 dan 2018 memiliki rata – rata nilai perusahaan di atas rata – rata penelitian.

Pada tahun 2017 rata – rata nilai perusahaan adalah sebesar 3,27. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan di atas nilai rata – rata pertahun, yaitu perusahaan ICBP, MYOR, ULTJ, GGRM, HMSP, UNVR, KAEF, KLBF, dan MERK. Kemudian sisanya yang memiliki nilai perusahaan di bawah rata – rata pertahun. Nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan UNVR sebesar 8,25 dan nilai perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,04.

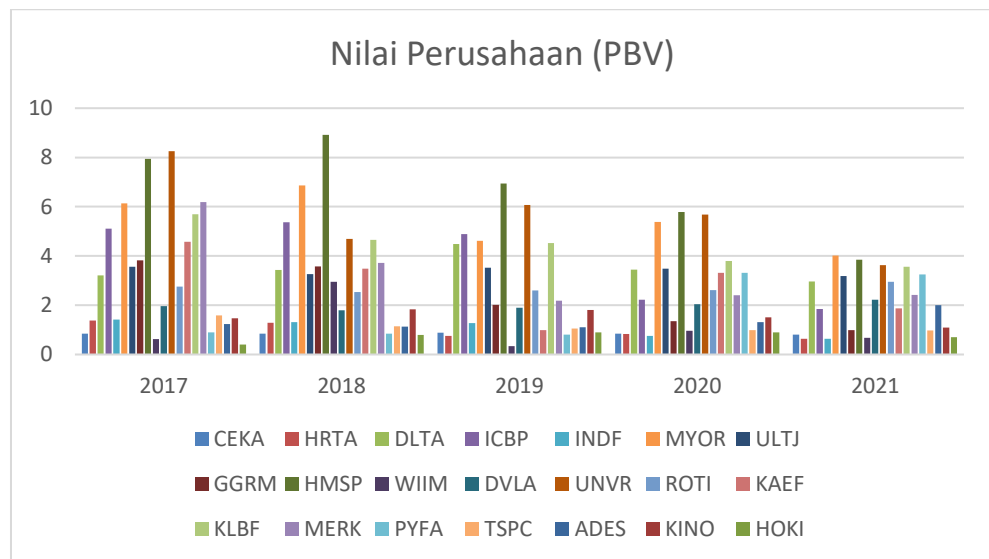
Pada tahun 2018 rata – rata nilai perusahaan adalah sebesar 3,03. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan di atas nilai rata – rata pertahun, yaitu perusahaan DLTA, ICBP, MYOR, ULTJ, GGRM, HMSP, UNVR, KAEF, KLBF, dan MERK. Kemudian sisanya yang memiliki nilai perusahaan di bawah rata – rata pertahun. Nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan MYOR sebesar 6,86 dan nilai perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,08.

Pada tahun 2019 rata – rata nilai perusahaan adalah sebesar 2,52. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan di atas nilai rata – rata pertahun, yaitu perusahaan DLTA, ICBP, MYOR, ULTJ, HMSP, UNVR, ROTI, dan KLBF. Kemudian sisanya yang memiliki nilai perusahaan di bawah rata – rata pertahun. Nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan HMSP sebesar 6,94 dan nilai perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,09.

Pada tahun 2020 rata – rata nilai perusahaan adalah sebesar 2,48. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan di atas nilai rata – rata pertahun, yaitu perusahaan DLTA, MYOR, ULTJ, HMSP, UNVR, ROTI, KAEF, KLBF, dan PYFA. Kemudian sisanya yang memiliki nilai perusahaan di bawah rata – rata pertahun. Nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan HMSP sebesar 5,79 dan nilai perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,09.

Selanjutnya, pada tahun 2021 rata – rata nilai perusahaan adalah sebesar 2,08. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan di atas nilai rata – rata pertahun, yaitu perusahaan DLTA, MYOR, ULTJ, HMSP, DVLA, UNVR, ROTI, KLBF, MERK, dan PYFA. Kemudian sisanya yang memiliki nilai perusahaan di bawah rata – rata pertahun. Nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh perusahaan MYOR sebesar 4,02 dan nilai perusahaan terendah dimiliki oleh perusahaan HOKI sebesar 0,07.

Adapun grafik rata – rata nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017 – 2021 ditunjukkan pada grafik sebagai berikut:



Sumber: website BEI, data diolah, 2023

Gambar 4.4

Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Berdasarkan Gambar 4.4, dari data tersebut dapat dilihat bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2017 – 2021 mengalami fluktuasi. Pada perusahaan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk atau CEKA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan nilai perusahaan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan CEKA sebesar 0,85. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 0,84 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan, sebesar 0,88. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 0,84 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 0,81.

Pada perusahaan PT Hartadinata Abadi Tbk atau HRTA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan HRTA

sebesar 1,38. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 1,29 dan pada tahun 2019 menjadi sebesar 0,76. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 0,83 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 0,64.

Pada perusahaan PT Delta Djakarta Tbk atau DLTA tahun 2017 - 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan DLTA sebesar 3,21. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 3,43 dan pada tahun 2019 menjadi sebesar 4,49. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 3,45 dan pada tahun 2021 menjadi 2,96.

Pada perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk atau ICBP tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan ICBP sebesar 5,11. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 5,37. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 4,89, pada tahun 2020 menjadi 2,22, pada tahun 2021 menjadi sebesar 1,85.

Pada perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk atau INDF tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan INDF sebesar 1,42. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 1,31, pada tahun 2019 menjadi 1,28, pada tahun 2020 menjadi 0,76 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 0,64.

Pada perusahaan PT Mayora Indah Tbk atau MYOR tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan MYOR sebesar 6,14. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 6,86 dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi sebesar 4,62. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 5,38 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 4,02.

Pada perusahaan PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk atau ULTI tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan MYOR sebesar 3,56. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 3,27 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 3,52. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 3,48 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 3,18.

Pada perusahaan PT Gudang Garam Tbk atau GGRM tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan GGRM sebesar 3,82. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 3,57, pada tahun 2019 menjadi 2,01, pada tahun 2020 menjadi 1,35 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 0,99.

Pada perusahaan PT HM Sampoerna Tbk atau HMSP tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan HMSP sebesar 7,94. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 8,92. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 6,94, pada tahun 2020 menjadi 5,79 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 3,85.

Pada perusahaan PT Wismilak Inti Makmur Tbk atau WIIM tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan WIIM sebesar 0,62. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 2,95 dan pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 0,34. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 0,96 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 0,68.

Pada perusahaan PT Darya-Varia Laboratoria Tbk atau DVLA tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan DVLA sebesar 1,96. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 1,80. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 1,90, pada tahun 2020 menjadi 2,04 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 2,23.

Pada perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk atau UNVR tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan UNVR sebesar 8,25. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 4,69 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 6,07. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 5,68 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 3,63.

Pada perusahaan PT Nippon Indosari Corporindo Tbk atau ROTI pada tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan ROTI sebesar 2,76. Pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 2,54. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 2,60, pada tahun 2020 menjadi 2,61 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 2,95.

Pada perusahaan PT Kimia Farma Tbk atau KAEF pada tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan KAEF sebesar 4,58. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 3,48 dan pada tahun 2019 menjadi 0,99. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 3,32 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 1,87.

Pada perusahaan PT Kalbe Farma Tbk atau KLBF pada tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan KLBF sebesar

5,70. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 4,66, pada tahun 2019 menjadi 4,53, pada tahun 2020 menjadi 3,80 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 3,56.

Pada perusahaan PT Merck Tbk atau MERK pada tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan MERK sebesar 6,19. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 3,72 dan pada tahun 2019 menjadi 2,19. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 2,40 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 2,42.

Pada perusahaan PT Pyridam Farma Tbk atau PYFA pada tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan PYFA sebesar 0,90. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 0,85 dan pada tahun 2019 menjadi 0,81. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 3,31 dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 3,25.

Pada perusahaan PT Temp Scan Pacific Tbk atau TSPC pada tahun 2017 – 2021 cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan TSPC sebesar 1,59. Kemudian pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 1,15, pada tahun 2019 menjadi 1,05, pada tahun 2020 menjadi 0,99 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 0,98.

Pada perusahaan PT Akasha Wira Internasional Tbk atau ADES pada tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan ADES sebesar 1,23. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 1,13 dan pada tahun 2019 menjadi 1,10. Kemudian pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2020 menjadi 1,32 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 2,00.

Pada perusahaan PT Kino Indonesia Tbk atau KINO pada tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan KINO sebesar 1,47. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan menjadi 1,83. Kemudian pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 mengalami penurunan, yaitu pada tahun 2019 menjadi 1,81, pada tahun 2020 menjadi 1,51 dan pada tahun 2021 menjadi sebesar 1,09.

Selanjutnya, pada perusahaan PT Buyung Poetra Sembada Tbk atau HOKI pada tahun 2017 – 2021 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017 nilai perusahaan HOKI sebesar 0,04. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan, yaitu pada tahun 2018 menjadi 0,08 dan pada tahun 2019 menjadi 0,09. Kemudian pada tahun 2020 tidak terjadi fluktuasi dan pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi sebesar 0,07.

Berdasarkan data di atas, nilai perusahaan pada tahun penelitian mengalami penurunan setiap tahunnya. Salah satu tujuan perusahaan ialah meningkatkan nilai perusahaan, nilai perusahaan dapat ditentukan oleh harga sahamnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi tingkat pengembalian bagi investor, artinya jika nilai perusahaan turun maka tingkat pengembalian investor juga akan turun.

4.2 Analisis Data

Pengujian “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021” dilakukan dengan pengujian statistik. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *Statistical Product Service Solution* (SPSS) versi 23. Beberapa pengujian yang dilakukan adalah uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien regresi secara parsial atau uji t dan uji koefisien regresi secara bersama – sama atau uji F. Adapun variabel yang diteliti oleh penulis yaitu *investment opportunity set* yang diproksikan dengan *market to book value of equity* (X_1), profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* (X_2), ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Ln total aset (X_3), dan nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to book value* (Y).

4.2.1 Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2016) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi). Analisis dilakukan dengan membandingkan nilai minimum, nilai maksimum, dan rata – rata. Tabel berikut adalah statistik deskriptif dari variabel independen yaitu *investment opportunity set* sebagai (X_1), profitabilitas sebagai (X_2) dan ukuran perusahaan sebagai (X_3), serta variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y).

Tabel 4.6

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IOS	105	.04	8.92	2.6133	1.96836
Profitabilitas	105	.09	44.67	11.5093	8.19732
Ukuran_Perusahaan	105	11.98	19.00	15.5637	1.69565
Nilai_Perusahaan	105	.04	8.92	2.6774	1.97526
Valid N (listwise)	105				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 21 sampel dan jangka waktu pengamatan selama 5 tahun, maka $N = 105$. Selain itu, diketahui bahwa nilai perusahaan (Y) adalah minimum 0,04, maksimum 8,92, dengan rata – rata sebesar 2,6774 dan standar deviasi 1,97526.

Nilai *investmen opportunity set* (X_1) adalah minimum 0,04, maksimum 8,92, dengan rata – rata sebesar 2,6133 dan standar deviasi 1,96836. Nilai profitabilitas (X_2) adalah minimum 0,09%, maksimum 44,67%, dengan rata – rata 11,5093% dan standar deviasi 8,19732%. Nilai ukuran perusahaan (X_3) adalah minimum 11,98, maksimum 19,00, dengan rata – rata sebesar 15,5637 dan standar deviasi 1,69565.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sampel Kolmogrov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan di atas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sampel Kolmogrov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan di bawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *One Sampel Kolmogrov Smirnov* yang disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.02326342
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.051
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa tingkat signifikan adalah ,086 atau 0,086 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti data tersebut normal dan memenuhi syarat uji normalitas. Semua variabel independen beserta variabel dependen memiliki nilai sig > 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam uji normalitas data yang telah diambil untuk diteliti oleh peneliti adalah normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah terdapat gejala korelasi diantara variabel – variabel independen dalam suatu model regresi. Semua model regresi yang baik akan bebas dari multikolinieritas. Dalam penelitian ini menggunakan uji multikolinieritas dengan menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Model dinyatakan bebas dari gangguan multikolinieritas apabila memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10.

Hasil uji multikolinieritas terkait nilai perusahaan sebagai variabel dependen disajikan pada tabel 4.8

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolinieritas *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor*

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-.522	.418		-1.248	.215			
	IOS	.860	.028	.857	30.256	.045	.621	1.611	
	Profitabilitas	.040	.007	.167	6.036	.030	.652	1.534	
	Ukuran_Perusahaan	.031	.028	.027	1.117	.267	.858	1.166	

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 23

Dari hasil uji multikolinieritas di atas, nilai *Tolerance* untuk variabel *investment opportunity set* sebesar 0,621, profitabilitas sebesar 0,652, dan ukuran perusahaan sebesar 0,858 dan nilai *Tolerance* dari semua variabel lebih dari 0,10 menunjukkan tidak terjadinya multikolinieritas. Kemudian nilai VIF *investment*

opportunity set sebesar 1,611, profitabilitas sebesar 1,534, dan ukuran perusahaan sebesar 1,166 dan nilai VIF dari semua variabel kurang dari 10, karena syarat suatu model regresi bebas dari multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Uji *Spearman's rho*. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05 dengan uji dua sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.9

Hasil Uji Heteroskedastisitas

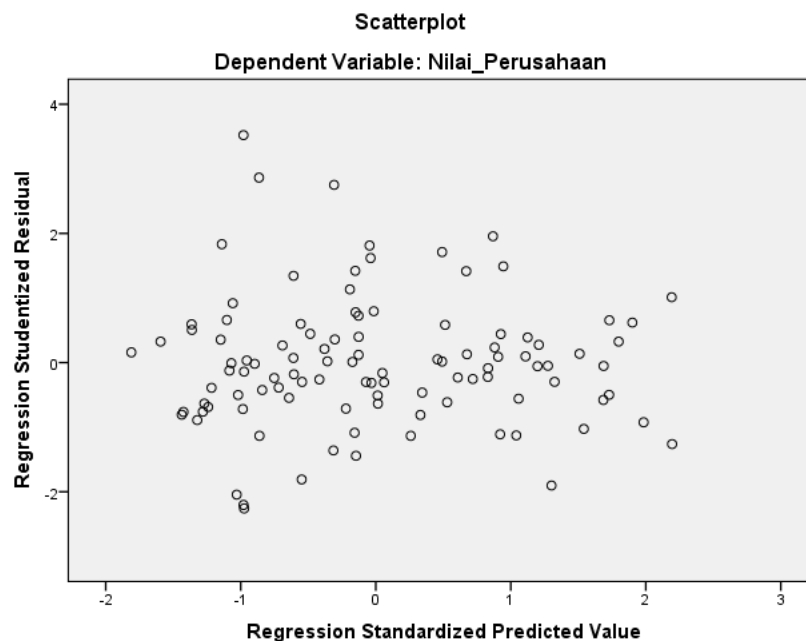
			Correlations			
			IOS	Profitabilitas	Ukuran_Peru sahaan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	IOS	Correlation	1.000	.194*	.384**	.135
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	.	.047	.000	.170
		N	105	105	105	105
	Profitabilitas	Correlation	.194*	1.000	.328**	-.160
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	.047	.	.001	.102
		N	105	105	105	105
	Ukuran_Peru sahaan	Correlation	.384**	.328**	1.000	.000
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	.000	.001	.	1.000
		N	105	105	105	105
Unstandardiz ed Residual	Correlation	.135	-.160	.000	1.000	
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	.170	.102	1.000	.	
	N	105	105	105	105	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 23, 2023

Dari hasil uji heteroskedastisitas di atas, korelasi variabel dependen dengan *understandarized residual investment opportunity set* menghasilkan nilai signifikan 0,170 yang berarti lebih dari 0,05 ($0,170 > 0,05$), profitabilitas menghasilkan nilai signifikan 0,102 yang berarti lebih dari 0,05 ($0,102 > 0,05$), dan ukuran perusahaan menghasilkan nilai signifikan 1,000 yang berarti lebih dari 0,05 ($1,000 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ditemukan adanya masalah heteroskedastisitas atau model regresi adalah homokedastisitas. Sehingga model penelitian dinyatakan telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas atau dapat dibuktikan dengan gambar berikut ini.



Sumber: hasil olah data, 2023

Gambar 4.5

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik – titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2016) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat menggunakan *Run Test*. *Run Test* sebagai bagian dari statistic non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan

korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. *Run test* digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis). Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05 maka data yang digunakan cukup random sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi. Hasil pengolahan data uji autokorelasi disajikan pada tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.13537
Cases < Test Value	52
Cases >= Test Value	53
Total Cases	105
Number of Runs	52
Z	-.293
Asymp. Sig. (2-tailed)	.769

a. Median

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,769. Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,769 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah autokorelasi.

4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersamaan antar variabel independen yaitu *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan serta variabel dependen yaitu nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Hasil uji regresi linear berganda disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.	Beta		

		Error				
1	(Constant)	-.522	.418		-1.248	.215
	IOS	.860	.028	857	30.256	.045
	Profitabilitas	.040	.007	.167	6.036	.030
	Ukuran_Perusahaan	.031	.028	0.27	1.117	.267

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 23, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11, maka dapat dibuat model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

$$\text{Nilai Perusahaan} = (-522) + 0,860 \text{ IOS} + 0,040 \text{ Profitabilitas} + 0,031 \text{ Ukuran Perusahaan} + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Nilai Perusahaan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi untuk *investment opportunity set*

X_1 = *Investment opportunity set*

b_2 = Koefisien regresi untuk profitabilitas

X_2 = Profitabilitas

b_3 = Koefisien regresi untuk ukuran perusahaan

X_3 = Ukuran perusahaan

e = *Error*

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta

Nilai konstanta (a) sebesar -522, artinya jika variabel independen yaitu *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan nilainya adalah nol, maka nilai variabel dependen yaitu nilai perusahaan nilainya sebesar -522.

2. Koefisien Regresi Variabel *Investment Opportunity Set*

Nilai koefisien regresi variabel *investment opportunity set* bernilai positif yaitu 0,860, artinya setiap peningkatan *investment opportunity set* sebesar satu – satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,860

dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi ini nilainya tetap.

3. Koefisien Regresi Variabel Profitabilitas

Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas bernilai positif yaitu 0,040. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan profitabilitas sebesar satu – satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,040 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi ini nilainya tetap.

4. Koefisien Regresi Variabel Ukuran Perusahaan

Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan bernilai positif yaitu 0,031. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar satu – satuan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat sebesar 0,031 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi ini nilainya tetap.

4.2.4 Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016) uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar presentasi sumbangan pengaruh variabel independen (*investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan) secara serentak terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel – variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Berikut hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 4.12

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.975 ^a	.950	.948	.44967

a. Predictors: (Constant), IOS, Profitabilitas, Ukuran_Perusahaan

b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Pengolahan data dengan SPSS 23, 2023

Dari hasil uji koefisien determinasi di atas, nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,950. Nilai R Square 0,950 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu $0,975 \times 0,975 = 0,950$. Besarnya angka

koefisien determinasi (R Square) adalah 0,950 atau sama dengan 95%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 95% dan sisanya (100% - 95% = 5%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t mempunyai nilai signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t adalah jika nilai signifikan t (p-value) $< 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual dan signifikan memengaruhi variabel dependen.

Pengujian sebagai berikut:

- a) H_0 diterima apabila nilai sig $< 0,05$
- b) H_0 ditolak apabila nilai sig $> 0,05$

Tabel 4.13

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.522	.418		-1.248	.215
	IOS	.860	.028	.857	30.256	.045
	Profitabilitas	.040	.007	.167	6.036	.030
	Ukuran_Perusahaan	.031	.028	0.27	1.117	.267

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.13 diperoleh t_{hitung} untuk variabel *investment opportunity set* sebesar 30,256, profitabilitas sebesar 6,036 dan ukuran perusahaan sebesar 1,117. Berikut penjelasan hasil uji t pada semua variabel di atas sebagai berikut:

- a. Variabel *investment opportunity set* (X_1) terhadap nilai perusahaan (Y)

Pada tabel di atas, terlihat bahwa variabel *investment opportunity set* memiliki nilai signifikan 0,045 kurang dari taraf nyata 0,05. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , nilai $t_{tabel}(0,025;101)$ adalah 1,984 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($30,256 > 1,984$). Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa *investment opportunity set* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

b. Variabel profitabilitas (X_2) terhadap nilai perusahaan (Y)

Pada tabel di atas, terlihat bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikan 0,030 kurang dari taraf nyata 0,05. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , nilai t_{tabel} (0,025;101) adalah 1,984 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,036 > 1,984). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

c. Variabel ukuran perusahaan (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y)

Pada tabel di atas, terlihat bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan 0,267 lebih dari taraf nyata 0,05. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , nilai t_{tabel} (0,025;101) adalah 1,984 maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,117 < 1,984). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan atau secara bersama – sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara simultan variabel *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan atau tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

Hipotesis diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig. uji F < 0,05.

Hipotesis ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai sig. uji F > 0,05.

Hasil uji F terkait dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.14

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	385.351	3	128.450	635.265	.042 ^b
	Residual	20.422	101	.202		

Total	405.774	104		
-------	---------	-----	--	--

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran_Perusahaan, Profitabilitas, IOS

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas dapat dilihat bahwa secara simultan variabel independen memiliki nilai signifikan adalah sebesar 0,042. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , nilai F_{tabel} (3;101) adalah 2,69, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ (635,265 > 2,69), karena signifikan $0,042 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan atau secara bersama – sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23 dengan uji F (Simultan) dan uji t (Parsial), hasil dari hipotesis penelitian disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15

Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil Uji Hipotesis					Kesimpulan Hipotesis
		Koef	Det	t_{hitung}	F_{hitung}	Sig	
1	<i>Investment opportunity set</i> terhadap nilai perusahaan	0,860	-	30,256	-	0,045	Berpengaruh
2	Profitabilitas terhadap nilai perusahaan	0,040	-	6,036	-	0,030	Berpengaruh
3	Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan	0,031	-	1,117	-	0,267	Tidak berpengaruh
4	<i>Investment opportunity set</i> , profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	-	0,950	-	635,265	0,042	Berpengaruh

Tabel 4.15 menjelaskan mengenai hasil dari hipotesis penelitian sehingga menghasilkan hipotesis yang berpengaruh atau tidak .

1) H_1 Diterima

Variabel *investment opportunity set* (X_1) terhadap nilai perusahaan (Y)

Terlihat bahwa variabel *investment opportunity set* memiliki nilai signifikan 0,045 kurang dari taraf nyata 0,05. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , nilai t_{tabel} (0,025; 101) adalah 1,984, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (30,256 > 1,984). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *investment opportunity set* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2) H_2 Diterima

Variabel profitabilitas (X_2) terhadap nilai perusahaan (Y)

Terlihat bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai signifikan 0,030 kurang dari taraf nyata 0,05. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , nilai t_{tabel} (0,025; 101) adalah 1,984 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,036 > 1,984). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3) H_3 Ditolak

Variabel ukuran perusahaan (X_3) terhadap nilai perusahaan (Y)

Terlihat bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan 0,267 lebih dari taraf nyata 0,05. Hal ini sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} , nilai t_{tabel} (0,025; 101) adalah 1,984 maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ (1,117 < 1,984). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4) H_4 Diterima

Berdasarkan analisis uji F bahwa secara simultan variabel independen memiliki nilai signifikan adalah sebesar 0,042. Karena signifikan 0,042 < 0,05, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3.1 Pengaruh *Investment Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Berdasarkan hasil penelitian, *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 30,256 dan t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikan 0,045, karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($30,256 > 1,984$) maka *investment opportunity set* yang dihitung menggunakan *market to book value of equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang dihitung menggunakan *price to book value*.

Menurut Hakim dan Abbas (2019) *investment opportunity set* digunakan sebagai dasar untuk menentukan klasifikasi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Besar kecilnya set kesempatan investasi tergantung pada pengeluaran yang diputuskan oleh manajemen di masa depan. Dapat disimpulkan bahwa apabila *investment opportunity set* meningkat, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat dikarenakan semakin tinggi kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk melakukan investasi dan diharapkan mendapatkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kadek Sukma Ariyanti, Ni Luh Gde Novitasari & Ni Luh Putu Widhiastuti (2022), Muhammad Fuad Alamsyah dan Widyawati Malanua (2021), Christine Elizabeth Chandra Handoko dan Farida Idayati (2021) dimana hasil penelitiannya mendapatkan hasil bahwa *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Berdasarkan hasil penelitian, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 6,036 dan t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikan 0,030, karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,036 > 1,984$) maka profitabilitas yang dihitung menggunakan *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang dihitung menggunakan *price to book value*.

Menurut Dhani & Utama (2017) profitabilitas merupakan indikator kemampuan seorang manajemen dalam mendapatkan pendapatan suatu perusahaan yang berupa laba dan dihasilkan dari perusahaan itu sendiri. Profitabilitas juga dapat dilihat melalui kemampuan modal yang ditanamkan perusahaan secara keseluruhan jumlah aktiva untuk memperoleh pengembalian aset. Dapat disimpulkan bahwa apabila pengembalian aset tinggi, maka peningkatan laba perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor dalam melakukan investasi, sehingga semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pendapatan yang dapat didistribusikan bagi pemegang saham, dengan demikian nilai perusahaan yang diharapkan akan semakin lebih tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Candra Kurnia Saputri dan Giovanni (2021), Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, dan Maya Sari (2019), Nur Anisa, Sri Hermuningsih, dan Alifatul Maulida (2022) dimana hasil penelitiannya mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Berdasarkan hasil penelitian, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 1,117 dan t_{tabel} sebesar 1,984 pada taraf signifikan 0,267, karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,117 < 1,984$) maka ukuran perusahaan yang dihitung menggunakan Ln total aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dihitung menggunakan *price to book value*.

Menurut Rudangga dan Sudiarta (2016) ukuran perusahaan merupakan suatu skala perusahaan yang dapat dikelompokkan menjadi besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aktiva, total penjualan dari nilai saham. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan besar pada dasarnya memiliki kekuatan finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja, sehingga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi berdasarkan hasil uji secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa pada periode penelitian, investor tidak terlalu melihat terhadap aset yang dimiliki perusahaan. I Suwardika dan Mustanda (2017) mengungkapkan bahwa seorang investor apabila ingin menilai sebuah perusahaan tidak akan melihat dari segi ukuran perusahaan yang dicerminkan melalui total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Namun investor akan lebih meninjau dari berbagai aspek seperti memperhatikan kinerja perusahaan yang terlihat pada laporan keuangan perusahaan, nama baik perusahaan, serta kebijakan dividen sebelum memutuskan untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan yang terlalu besar tidak berpengaruh bagi para investor ataupun calon investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian David Holyfil & Agustin Ekadjaja (2021), Nur Anisa, Sri Hermuningsih, dan Alifatul Maulida (2022) dimana hasil penelitiannya mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3.4 Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau berarti signifikan. Hal ini dapat dilihat dari signifikan uji F menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,05 ($0,042 < 0,05$) dan sesuai dengan hasil pengujian statistik yang membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , nilai F_{tabel} (3; 101) adalah 2,69 maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($635,265 > 2,69$), maka nilai ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021 dipengaruhi oleh variabel *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan yang telah dijelaskan oleh analisis regresi penelitian ini.

Investment opportunity set dengan indikator *market to book value of equity*, profitabilitas dengan indikator *return on asset*, dan ukuran perusahaan dengan indikator Ln total aset secara uji F berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Secara uji t *investment opportunity set* dengan indikator *market to book value of equity* dan profitabilitas dengan indikator *return on asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Artinya apabila nilai *investment opportunity set* dan profitabilitas tinggi maka nilai perusahaan pada suatu perusahaan juga tinggi dan sebaliknya. Selain itu, *investment opportunity set* merupakan kesempatan investasi bagi setiap perusahaan untuk menginvestasikan dananya yang lebih tepat dan tingginya *return on asset* akan menunjukkan kemampuan perusahaan telah efisien dalam menggunakan aktivitya atas kegiatan operasi untuk menghasilkan keuntungan. *Return on asset* merupakan rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang maksimal. semakin tinggi *return on asset* maka akan semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap dana yang tertanam dalam total aset sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan.

Sedangkan, ukuran perusahaan dengan indikator Ln total aset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya apabila ukuran perusahaan lebih besar atau meningkat belum tentu terjadi pada nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2021” dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan *investment opportunity set* tinggi cenderung dinilai positif oleh investor. Apabila *investment opportunity set* meningkat maka nilai perusahaan akan semakin meningkat dikarenakan semakin tinggi kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk melakukan investasi dan diharapkan mendapatkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ariyanti, Novitasari & Widhiastuti (2022), Alamsyah & Malanua (2021), Handoko & Idayati (2021) dimana hasil penelitiannya mendapatkan hasil bahwa *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka dari itu H_1 diterima.
2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi laba perusahaan bertanda kinerja perusahaan sedang membaik, sehingga informasi tersebut akan direspon positif oleh investor, dengan demikian nilai perusahaan juga akan meningkat. Apabila pengembalian aset tinggi maka peningkatan laba perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor dalam melakukan investasi. Sehingga semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pendapatan yang dapat didistribusikan bagi pemegang saham dan nilai perusahaan yang diharapkan akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Candra Kurnia Saputri & Axel Giovanni (2021), Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin & Maya Sari (2019), Nur Anisa, Sri Hermuningsih dan Alifatul Maulida (2022) dimana hasil penelitiannya mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka dari itu H_2 diterima.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut teori sinyal dijelaskan bahwa informasi mengenai ukuran perusahaan melalui total aset menjadi sinyal positif bagi investor, semakin besar jumlah aset maka investor menilai bahwa perusahaan sedang berada dalam kondisi yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi, teori tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian ini bahwa jika ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset semakin besar maka nilai perusahaannya semakin menurun.

Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan yang terlalu besar dianggap tidak berpengaruh bagi para investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian David Holyfil & Agustin Ekadjaja (2021), Nur Anisa, Sri Hermuningsih & Alifatul Maulida (2022) dimana hasil penelitiannya mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka dari itu H_3 ditolak.

4. *Investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama – sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *investment opportunity set* dan profitabilitas tinggi maka nilai perusahaan pada suatu perusahaan juga tinggi. *Investment opportunity set* merupakan kesempatan investasi bagi setiap perusahaan untuk menginvestasikan dananya yang lebih tepat dan tingginya profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* akan menunjukkan kemampuan perusahaan telah efisien dalam menggunakan aset atas kegiatan operasi untuk menghasilkan keuntungan. Kemudian ukuran yang besar suatu perusahaan nantinya dipermudah dalam memasuki dunia pasar modal, oleh sebab itu melalui pihak eksternal, perusahaan akan mendapatkan sumber pendanaan sehingga ukuran perusahaan nantinya menjadi sebuah pertimbangan bagi calon investor untuk berinvestasi ke perusahaan. Kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara simultan tersebut dapat dikatakan termasuk ke dalam tingkat hubungan yang kuat, maka dari itu H_4 diterima.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan sehubungan dengan permasalahan penelitian mengenai *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat memperluas variabel – variabel lain, selain daripada variabel yang diteliti, yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, seperti *leverage* dan *profit margin*. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas obyek penelitian dan tidak terbatas pada perusahaan manufaktur melainkan pada sektor lainnya seperti perusahaan perbankan sehingga dapat diperoleh hasil yang lebih baik dan akurat.

2. Bagi Praktisi

- a. Bagi Perusahaan

Berdasarkan temuan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan adalah agar perusahaan lebih produktif lagi dalam mengelola aset yang dimilikinya dan meningkatkan efisiensi usaha yang dapat menghasilkan prospek usaha yang lebih baik lagi. Pengelolaan aset yang baik, prospek usaha yang semakin meningkat dan efisiensi usaha yang optimal diharapkan meningkatkan

laba yang tinggi. Dengan meningkatnya laba yang tinggi pada gilirannya nilai perusahaan semakin tinggi pula, sehingga kepercayaan investor semakin membaik terhadap perusahaan.

b. Bagi Investor dan Calon Investor

Bagi investor dan calon investor dalam mengambil keputusan investasi apakah mempertahankan, membeli dan menjual investasinya, salah satu yang diperhatikan adalah nilai perusahaan. Faktor – faktor yang memengaruhi nilai perusahaan yang perlu diperhatikan investor, sebagaimana dalam penelitian ini adalah *investment opportunity set*, profitabilitas dan ukuran perusahaan, sehingga pada masa yang akan datang investor dapat menerima *return* yang memadai sesuai yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brealey., M. M. (n.d.). *Dasar - dasar Manajemen Keuangan Perusahaan, Jilid 2. Edisi 5.* Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F. (2019). *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan. Buku 2. Edisi 14.* Jakarta: Salemba Empat.
- Christine Elizabeth Chandra Handoko, F. I. (2021). *Pengaruh Sustainability Disclosure, Investment Opportunity Set dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.* STIESIA Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi: Volume 10, Nomor 2. e-ISSN: 2460-0585.
- Denziana, A., & Monica, W. (2016). *Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tergolong LQ45 di BEI periode 2011 - 2014).* Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 7(2), 31-48.
- Fahmi, I. (2013). *Pengantar Manajemen Keuangan.* Bandung: Penerbit, Alfabeta.
- Fahmi, I. (2015). *Analisis Laporan Keuangan .* Bandung: Alfabeta.
- Gaver, J. d. (1993). *Additional Evidence on The Association Between The Investment Opportunity Set and Corporate Financing Dividend, and Compesation Policies.* Journal of Accounting and Economic. pp. 125-160.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm Spss21.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm Spss25.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henriansyah, G. &. (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 - 2015).* Equity, 20(1), 25.
- Hery. (2017). *Riset Akuntansi.* In Akuntansi (p.124 halaman). Gramedia Widiasarana.
- Hidayah, N. (2015). *Pengaruh Investment Opportunity Set dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia.* Universitas Mercu Buana: Jurnal Akuntansi, Volume XIX, No. 03, September 2015: 420-432.
- Hirdinis, M. (2019). *Capital Structure and Firm Size On Firm Value Moderated by Profitability.* International Journal of Economics and Business Administration, Volume VII, Issue 1,2019.

- Holyfil, D.A. E. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. Universitas Tarumanagara: Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume III No. 2/2021 Edisi April Hal: 497-505.
- Houston., B. E. (2013). *Dasar - Dasar Manajemen keuangan, Buku . Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jensen, C.M. and Meckling, H.W. (1976). *Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*. Journal of Financial Economics, October 1976, V.3, No. 4, pp. 305-360.
- Kallapur, S. d. (2001). *The Investment Opportunity Set: Determinants, Consequences, and Measurement, Managerial Finance*.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kolamban, D. V. (2020). *Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan yang Terdaftar di BEI*. Jurnal EMBA. Vol 8, No 3, Hal 174-183.
- Muharramah,R. M. Z. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember. Hal 569 - 576.
- Pujarini, F. (2020). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan*. Journal of Accounting & Management Innovation. Vol 4, Hal 1-15.
- Ramdhonah, Z. d. (2019). *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 - 2017)*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. Vol 7, Hal 67-68.
- Reviandani, A. d. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 - 2021*. Universitas Muhammadiyah Gresik: Jurnal Mirai Management, Volume 7 Issue 2(2022) Pages 467-483, ISSN: 2598-8301.
- Saputri, R. (2019). *Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Risiko Bisnis Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2017*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Sari, P.I.P., & Abundanti, N. (2014). *Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan*. E-jurnal Manajemen Unud, 5(7), 4044-4070

- Smith, J. W. (1992). *The Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Dividend and Compensation Policies*. Journal of Financing Economics, Vol.32.
- Sudana, M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta. Fandy, Tjiptono. 2016.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Syardiana, G. R. (2015). *Pengaruh Investment Opportunity Set, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Return on Asset Terhadap Nilai Perusahaan*. Akuntabilitas: Journal of Accounting Studies, 8(1), 39-46.
- Widyantari, N. L. (2017). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia*. E-jurnal Management Unud. Vol 6, Hal 6383-6409.
- Yuliyani, N.M.A., & Erawati. (2017). *Pengaruh Financial Distress, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Pada Opini Audit Going Concern*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 19(2), 1490-1520.
- www.idx.co.id (Diakses 2022)
- <https://www.sahamu.com> (Diakses 2022)
- <https://www.idnfinancials.com> (Diakses 2022)
- <https://www.wilmarcahayaindonesia.com> (Diakses 2022)
- <https://www.hartadinataabadi.com> (Diakses 2022)
- <https://www.deltajkt.com> (Diakses 2022)
- <https://www.indofoodcbp.com> (Diakses 2022)
- <https://www.indofood.com> (Diakses 2022)
- <https://www.mayoraindah.co.id> (Diakses 2022)
- <https://www.ultrajaya.co.id> (Diakses 2022)

<https://www.gudanggaramtbk.com> (Diakses 2022)

<https://www.id.investing.com> (Diakses 2022)

<https://www.wismilak.com> (Diakses 2022)

<https://www.darya-varia.com> (Diakses 2022)

<https://www.unilever.co.id> (Diakses 2022)

<https://www.sariroti.com> (Diakses 2022)

<https://www.kimifarma.co.id> (Diakses 2022)

<https://www.kalbe.co.id> (Diakses 2022)

<https://www.merckgroup.com> (Diakses 2022)

<https://www.pyfa.co.id> (Diakses 2022)

<https://www.temposcangroup.com> (Diakses 2022)

<https://akashainternational.com> (Diakses 2022)

<https://www.kino.co.id> (Diakses 2022)

<https://topikoki.com> (Diakses 2022)

<https://lifepal.co.id> (Diakses 2023)

<https://britama.com> (Diakses 2023)

LAMPIRAN

Lampiran 1: Perhitungan *Investment Opportunity Set* (IOS) Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 (MBVE = Jumlah Saham x Harga Saham : Total Ekuitas)

No	Kode Perusahaan	Saham Beredar (dalam jutaan rupiah)					Harga Saham					Total Ekuitas (dalam jutaan rupiah)					MBVE (Jumlah Saham x Harga Saham / Total Ekuitas)				
		Tahun					Tahun					Tahun					Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
1	CEKA	595	595	595	595	595	1.290	1.375	1.670	1.785	1.880	903.044	976.648	1.131.295	1.260.715	1.387.367	0,85	0,84	0,88	0,84	0,81
2	HRTA	4.605	4.605	4.605	4.605	4.605	298	306	200	244	212	996.515	1.092.723	1.211.247	1.356.947	1.515.552	1,38	1,29	0,76	0,83	0,64
3	DLTA	801	801	801	801	801	4.590	5.500	6.800	4.400	3.740	1.144.645	1.284.164	1.213.563	1.019.899	1.010.174	3,21	3,43	4,49	3,45	2,96
4	ICBP	11.662	11.662	11.662	11.662	11.662	8.900	10.450	11.175	9.575	8.700	20.324.300	22.707.200	26.671.100	50.318.100	54.723.900	5,11	5,37	4,89	2,22	1,85
5	INDF	8.780	8.780	8.780	8.780	8.780	7.625	7.450	7.925	6.850	6.325	47.102.800	49.916.800	54.202.500	79.138.000	86.632.100	1,42	1,31	1,28	0,76	0,64
6	MYOR	22.359	22.359	22.359	22.359	22.359	2.020	2.620	2.050	2.710	2.040	7.354.346	8.542.544	9.911.940	11.271.468	11.360.031	6,14	6,86	4,62	5,38	4,02
7	ULTJ	11.552	11.552	11.554	10.398	10.398	1.295	1.350	1.725	1.600	1.570	4.197.711	4.774.956	5.655.139	4.781.737	5.138.126	3,56	3,27	3,52	3,87	3,53
8	GGRM	1.924	1.924	1.924	1.924	1.924	83.800	83.625	53.250	41.000	30.600	42.187.664	45.133.285	50.930.758	58.522.468	59.288.274	3,82	3,57	2,01	1,35	0,99
9	HMSP	116.318	116.318	116.318	116.318	116.318	2.330	2.710	2.130	1.505	965	34.112.985	35.358.253	35.679.730	30.241.426	29.191.406	7,94	8,92	6,94	5,79	3,85
10	WIIM	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	290	141	168	540	428	978.091	100.524	1.033.171	1.185.852	1.318.385	0,62	2,95	0,34	0,96	0,68
11	DVLA	1.116	1.116	1.119	1.120	1.120	1.960	1.940	2.220	2.420	2.750	1.116.300	1.200.262	1.306.079	1.326.287	1.380.798	1,96	1,80	1,90	2,04	2,22
12	UNVR	7.630	7.630	7.630	38.150	38.150	55.900	45.400	42.000	7.350	4.110	51.730.000	73.840.000	52.820.000	49.370.000	43.210.000	8,25	4,69	6,07	1,14	0,73
13	ROTI	6.186	6.186	6.186	6.186	6.186	1.260	1.200	1.300	1.360	1.360	2.820.000	2.917.000	3.093.000	3.228.000	2.849.000	2,76	2,54	2,60	2,61	2,95
14	KAEF	5.554	5.554	5.554	5.554	5.554	2.700	2.600	1.315	4.250	2.430	3.273.911	4.146.258	7.412.927	7.105.672	7.231.873	4,58	3,48	0,99	3,32	1,87
15	KLBF	46.875	46.875	46.875	46.875	46.875	1.690	1.520	1.615	1.480	1.615	13.894.032	15.294.595	16.705.582	18.276.082	21.265.878	5,70	4,66	4,53	3,80	3,56
16	MERK	448	448	448	448	448	8.500	4.300	2.900	3.280	3.690	615.437	518.280	594.012	612.683	684.044	6,19	3,72	2,19	2,40	2,42
17	PYFA	535	535	535	535	535	183	189	188	975	1.015	108.856	118.927	124.726	157.632	167.101	0,90	0,85	0,81	3,31	3,25
18	TSPC	4.500	4.500	4.500	4.500	4.510	1.800	1.390	1.350	1.400	1.500	5.082.008	5.432.848	5.791.036	6.377.236	6.875.304	1,59	1,15	1,05	0,99	0,98
19	ADES	590	590	590	590	590	885	920	1.060	1.570	3.290	423.011	481.914	567.937	700.508	969.817	1,23	1,13	1,10	1,32	2,00
20	KINO	1.429	1.429	1.429	1.429	1.429	2.120	2.800	3.430	2.720	2.030	2.055.171	2.186.900	2.702.862	2.577.235	2.663.632	1,47	1,83	1,81	1,51	1,09
21	HOKI	23.500	23.748	23.784	24.194	24.194	86,00	182,50	231,25	251,25	181,00	47.598.051	56.316.759	64.156.744	66.256.092	66.866.060	0,04	0,08	0,08	0,09	0,06
RATA - RATA																	3,27	3,03	2,52	2,28	1,96

Lampiran 2: Perhitungan Profitabilitas Menggunakan ROA (Laba Bersih : Total Aset) Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

Dalam Jutaan Rupiah

No	Kode Perusahaan	TOTAL ASET					LABA BERSIH					ROA (Laba Bersih/Total Aset)				
		Tahun					Tahun					Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
1	CEKA	1.392.636	1.168.956	1.393.079	1.566.673	1.697.387	107.421	92.650	215.459	181.813	187.067	7,71%	7,93%	15,47%	11,61%	11,02%
2	HRTA	1.418.447	1.537.032	2.311.190	2.830.686	3.478.074	110.301	123.394	149.991	171.084	194.432	7,78%	8,03%	6,49%	6,04%	5,59%
3	DLTA	1.340.843	1.523.517	1.425.984	1.225.581	1.308.722	279.773	338.130	317.815	123.466	187.993	20,87%	22,19%	22,29%	10,07%	14,36%
4	ICBP	31.619.500	34.367.200	38.709.300	103.588.300	118.066.600	5.221.700	6.447.900	7.400.100	9.201.000	11.658.700	16,51%	18,76%	19,12%	8,88%	9,87%
5	INDF	88.400.900	96.537.800	96.198.600	163.136.500	179.356.200	8.683.800	9.143.000	9.831.000	12.889.100	16.882.300	9,82%	9,47%	10,22%	7,90%	9,41%
6	MYOR	14.915.850	17.591.706	19.037.919	19.777.501	19.917.653	2.460.559	2.627.892	3.172.265	2.830.928	1.772.316	16,50%	14,94%	16,66%	14,31%	8,90%
7	ULTJ	5.175.896	5.555.871	6.608.422	8.754.116	7.406.856	718.402	701.607	1.035.865	1.109.666	1.276.793	13,88%	12,63%	15,67%	12,68%	17,24%
8	GGRM	66.759.930	69.097.219	78.647.274	78.191.409	89.964.369	7.755.347	7.793.068	10.880.704	7.647.729	5.605.321	11,62%	11,28%	13,83%	9,78%	6,23%
9	HMSP	43.141.063	46.602.420	50.902.806	49.674.030	53.090.428	12.670.534	13.538.418	13.721.513	8.581.378	7.137.097	29,37%	29,05%	26,96%	17,28%	13,44%
10	WIIM	1.225.712	1.255.574	1.299.522	1.614.442	1.891.170	40.590	51.143	27.328	172.507	176.877	3,31%	4,07%	2,10%	10,69%	9,35%
11	DVLA	1.640.886	1.682.822	1.829.961	1.986.712	2.085.905	162.249	200.652	221.783	162.073	146.726	9,89%	11,92%	12,12%	8,16%	7,03%
12	UNVR	18.906.000	20.327.000	20.649.000	20.535.000	19.069.000	7.005.000	9.081.000	7.393.000	7.164.000	5.758.000	37,05%	44,67%	35,80%	34,89%	30,20%
13	ROTI	4.560.000	4.394.000	4.682.000	4.452.000	4.191.000	135.000	127.000	237.000	169.000	281.000	2,96%	2,89%	5,06%	3,80%	6,70%
14	KAEF	7.272.084	11.329.091	18.352.877	17.562.817	17.760.195	331.708	535.085	15.890	20.426	289.889	4,56%	4,72%	0,09%	0,12%	1,63%
15	KLBF	16.616.239	18.146.206	20.264.727	22.564.300	25.666.635	2.453.251	2.497.262	2.537.602	2.799.623	3.232.008	14,76%	13,76%	12,52%	12,41%	12,59%
16	MERK	847.006	1.263.113	901.061	929.901	1.026.267	144.677	163.324	78.257	71.902	131.661	17,08%	12,93%	8,68%	7,73%	12,83%
17	PYFA	159.564	187.057	190.786	228.575	806.222	7.127	8.447	9.342	22.104	5.479	4,47%	4,52%	4,90%	9,67%	0,68%
18	TSPC	7.434.900	7.869.975	8.372.770	9.104.658	9.644.327	557.340	540.378	595.155	834.370	877.818	7,50%	6,87%	7,11%	9,16%	9,10%
19	ADES	840.236	881.274	822.375	958.791	1.304.108	38.242	52.958	83.885	135.789	265.758	4,55%	6,01%	10,20%	14,16%	20,38%
20	KINO	3.237.595	3.592.164	4.695.765	5.255.359	5.346.800	109.696	150.116	515.603	113.665	100.650	3,39%	4,18%	10,98%	2,16%	1,88%
21	HOKI	576.964	758.847	848.676	906.924	989.119	47.964	90.195	103.723	38.038	12.533	8,31%	11,89%	12,22%	4,19%	1,27%
RATA - RATA											11,99%	12,51%	12,79%	10,27%	9,99%	

Lampiran 3: Perhitungan Ukuran Perusahaan Menggunakan Logaritma natural (Ln) Total Aset Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.

(Dalam Jutaan Rupiah)

No	Kode Perusahaan	TOTAL ASET					Ln (Total Aset)				
		Tahun					Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
1	CEKA	1.392.636	1.168.956	1.393.079	1.566.673	1.697.387	14,15	13,97	14,15	14,26	14,34
2	HRTA	1.418.447	1.537.032	2.311.190	2.830.686	3.478.074	14,17	14,25	14,65	14,86	15,06
3	DLTA	1.340.843	1.523.517	1.425.984	1.225.581	1.308.722	14,11	14,24	14,17	14,02	14,08
4	ICBP	31.619.500	34.367.200	38.709.300	103.588.300	118.066.600	17,27	17,35	17,47	18,46	18,59
5	INDF	88.400.900	96.537.800	96.198.600	163.136.500	179.356.200	18,30	18,39	18,38	18,91	19,00
6	MYOR	14.915.850	17.591.706	19.037.919	19.777.501	19.917.653	16,52	16,68	16,76	16,80	16,81
7	ULTJ	5.175.896	5.555.871	6.608.422	8.754.116	7.406.856	15,46	15,53	15,70	15,99	15,82
8	GGRM	66.759.930	69.097.219	78.647.274	78.191.409	89.964.369	18,02	18,05	18,18	18,17	18,31
9	HMSP	43.141.063	46.602.420	50.902.806	49.674.030	53.090.428	17,58	17,66	17,75	17,72	17,79
10	WIIM	1.225.712	1.255.574	1.299.522	1.614.442	1.891.170	14,02	14,04	14,08	14,29	14,45
11	DVLA	1.640.886	1.682.822	1.829.961	1.986.712	2.085.905	14,31	14,34	14,42	14,50	14,55
12	UNVR	18.906.000	20.327.000	20.649.000	20.535.000	19.069.000	16,75	16,83	16,84	16,84	16,76
13	ROTI	4.560.000	4.394.000	4.682.000	4.452.000	4.191.000	15,33	15,30	15,36	15,31	15,25
14	KAEF	7.272.084	11.329.091	18.352.877	17.562.817	17.760.195	15,80	16,24	16,73	16,68	16,69
15	KLBF	16.616.239	18.146.206	20.264.727	22.564.300	25.666.635	16,63	16,71	16,82	16,93	17,06
16	MERK	847.006	1.263.113	901.061	929.901	1.026.267	13,65	14,05	13,71	13,74	13,84
17	PYFA	159.564	187.057	190.786	228.575	806.222	11,98	12,14	12,16	12,34	13,60
18	TSPC	7.434.900	7.869.975	8.372.770	9.104.658	9.644.327	15,82	15,88	15,94	16,02	16,08
19	ADES	840.236	881.274	822.375	958.791	1.304.108	13,64	13,69	13,62	13,77	14,08
20	KINO	3.237.595	3.592.164	4.695.765	5.255.359	5.346.800	14,99	15,09	15,36	15,47	15,49
21	HOKI	576.964	758.847	848.676	906.924	989.119	13,27	13,54	13,65	13,72	13,80
RATA - RATA							15,32	15,43	15,52	15,66	15,78

Lampiran 4: Perhitungan Nilai Perusahaan Menggunakan *Price to Book Value* (PBV) Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021

No	Kode Perusahaan	Harga Saham					Nilai Buku (TE/SB)					PBV (Harga Saham/Nilai Buku)				
		Tahun					Tahun					Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
1	CEKA	296	1.375	1.685	1.780	1.890	1517,72	1641,43	1901,34	2118,85	2331,71	0,85	0,84	0,88	0,84	0,81
2	HRTA	298	306	212	244	212	216,40	237,29	263,03	294,67	329,11	1,38	1,29	0,76	0,83	0,64
3	DLTA	4.590	5.500	6.600	4.400	3.740	1429,63	1603,88	1515,71	1273,82	1261,68	3,21	3,43	4,49	3,45	2,96
4	ICBP	8.900	10.450	11.175	9.575	8.700	1742,79	1947,13	2287,03	4314,74	4692,53	5,11	5,37	4,89	2,22	1,85
5	INDF	7.625	7.450	7.925	6.850	6.325	5364,52	5685,01	6173,11	9013,00	9866,50	1,42	1,31	1,28	0,76	0,64
6	MYOR	2.020	2.620	2.050	2.710	240	328,93	382,07	443,31	504,12	508,08	6,14	6,86	4,62	5,38	4,02
7	ULTJ	1.295	1.350	1.725	1.600	1.570	363,38	413,34	489,45	459,87	494,15	3,56	3,27	3,52	3,48	3,18
8	GGRM	83.800	83.625	53.250	41.000	30.600	21926,06	23456,98	26470,08	30415,69	30813,70	3,82	3,57	2,01	1,35	0,99
9	HMSP	4.730	3.710	2.130	1.505	965	293,27	303,98	306,74	259,99	250,96	7,94	8,92	6,94	5,79	3,85
10	WIIM	290	141	168	540	428	465,79	47,87	492,02	564,73	627,84	0,62	2,95	0,34	0,96	0,68
11	DVLA	1.960	1.940	2.220	2.420	2.750	1000,27	1075,50	1167,18	1184,18	1232,86	1,96	1,80	1,90	2,04	2,23
12	UNVR	4.126	4.126	4.416	4.300	4.110	6779,82	9677,59	6922,67	1294,10	1132,63	8,25	4,69	6,07	5,68	3,63
13	ROTI	1.260	1.200	1.300	1.360	1.360	455,87	471,55	500,00	521,82	460,56	2,76	2,54	2,60	2,61	2,95
14	KAEF	2.700	2.600	1.315	4.250	2.430	589,47	746,54	1334,70	1279,38	1302,10	4,58	3,48	0,99	3,32	1,87
15	KLBF	1.690	1.520	1.615	1.480	1.615	296,41	326,28	356,39	389,89	453,67	5,70	4,66	4,53	3,80	3,56
16	MERK	8.500	4.300	20.900	3.280	3.690	1373,74	1156,88	1325,92	1367,60	1526,88	6,19	3,72	2,19	2,40	2,42
17	PYFA	183	189	188	975	1.015	203,44	222,26	233,10	294,60	312,29	0,90	0,85	0,81	3,31	3,25
18	TSPC	1.800	1.390	1.350	1.400	1.500	1129,34	1207,30	1286,90	1417,16	1524,46	1,59	1,15	1,05	0,99	0,98
19	ADES	885	920	1.060	1.570	3.290	717,09	816,95	962,77	1187,51	1644,05	1,23	1,13	1,10	1,32	2,00
20	KINO	2.120	2.800	3.430	2.720	2.030	1438,62	1530,83	1892,00	1804,06	1864,54	1,47	1,83	1,81	1,51	1,09
21	HOKI	86,00	182,50	231,25	251,25	181,00	2025,45	2371,40	2697,46	2738,49	2763,70	0,04	0,08	0,09	0,09	0,07
RATA - RATA											3,27	3,03	2,52	2,48	2,08	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agnes Agustina
Alamat : Jalan Raya Cipanas-Citorek Kab.Lebak Banten, 42394
Tempat dan tanggal lahir : Lebak, 24 Agustus 2001
Agama : Islam

Pendidikan

- SD : SDN 01 Citorek Tengah
- SMP : SMPN 03 Cibeber
- SMA : SMKN 01 Bayah
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, 29 Juni 2023

Peneliti,

(Agnes Agustina)