
**PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Pariwisata, Hotel, dan
Resto Tahun 2020-2022)**

Karimatul Itqoniyah¹, Ferry Santoso^{2*}

^{1,2} Universitas Sahid, Jakarta

Email Korespondensi: ferry_santoso@usahid.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif untuk menganalisis Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel, dan resto dipengaruhi oleh profitabilitas dan ukuran perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah 31 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam penelitian tahun 2020-2022. Terdapat 27 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Secara simultan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara persia bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This research is quantitative research to analyze company value in tourism, hotel and restaurant sub-sector companies which is influenced by profitability and company size. The population in this research were 31 companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2020-2022 research year. There are 27 companies that meet the research criteria. The data used are descriptive statistical tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests and coefficient of determination tests. Simultaneously, profitability and company size have a significant effect on company value. In Persian, profitability and company size have a significant effect on company value.

Keywords: profitability, company size, company value

PENDAHULUAN

Sub sektor pariwisata, hotel, dan resto merupakan salah satu sub sektor yang paling berpotensi menopang pertumbuhan perekonomian negara. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 4,05 juta kunjungan atau sebesar 75,03 persen. Kemudian pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisman ke Indonesia menurun 1,56 juta turun 61,57 persen. Pada tahun 2022 jumlah kunjungan mencapai 5,47 juta kunjungan naik 251,28 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada tahun 2021.

Bertambahnya jumlah wisatawan asing yang masuk di Indonesia akan berdampak pada bertambahnya pendapatan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel, dan resto sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan meyakinkan pasar untuk percaya pada peluang perusahaan untuk masa depan serta kinerja saat ini, yang akan menarik minat investor terhadap saham perusahaan tersebut.

Nilai Perusahaan yang dikorelasikan dengan harga saham merupakan cara investor memandang suatu perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan maka semakin bertambahnya kemakmuran bagi pemegang saham yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Nilai perusahaan menjadi fokus utama didalam pengambilan keputusan oleh para investor dengan tujuan berinvestasi pada suatu perusahaan (Dewi & Sujana, 2019). Berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2019).

Jika profitabilitas meningkat, investor tertarik dan harga saham naik dengan begitu akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun, jika profitabilitas menurun maka mengakibatkan penarikan investor, harga saham turun, dan nilai perusahaan menurun. Oleh karena itu, profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas diukur dengan ROA (*return on asset*). ROA merupakan salah satu rasio keuangan yang mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam menggunakan *asset*nya untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi ROA maka semakin efisien perusahaan dalam menghasilkan laba dari *asset* yang dimiliki.

Ukuran perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar total *asset* maka perusahaan akan lebih bebas dalam mempergunakan *asset* yang ada pada perusahaan dengan menggunakan perhitungan logaritma total *asset* (Indriyani, 2015). Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan *total asset* perusahaan laba, total penjualan perusahaan, jumlah laba perusahaan, beban pajak perusahaan, modal perusahaan, tanah dan bangunan perusahaan, dan kekayaan bersih perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah (2022) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini sejalan dengan Hilda Syakinah et al., (2023), Muharramah & Hakim (2021), Fallah et al., (2020), Dewantari et al., (2019). Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah, (2022) menunjukkan bahwa

Return On Asset (ROA) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga dilakukan oleh Hilda Syakinah et al., (2023) menunjukkan bahwa *Return On Assets* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2 : ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan Muharramah & Hakim, (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga dilakukan oleh Fallah et al., (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H3: Profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variable hipotesis dari Dewantari et al., (2019) menunjukkan bahwa pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau signifikansi secara bersama-sama hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan perusahaan Sub Sektor pariwisata, hotel, dan resto yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020-2022 dan sampel perusahaan yang telah memenuhi kriteria dan terdaftar di BEI.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan cara *Purposive Sampling*. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan Sub Sektor pariwisata, hotel, dan resto yang telah terdaftar dan mempublikasikan laporan keuangan tahunan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tiga tahun berturut-turut pada periode 2020-2022.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data sekunder yang diperoleh dengan mengambil data-data yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) dari situs resminya, yaitu laporan keuangan perusahaan Sub Sektor pariwisata, hotel, dan resto periode 2020-2022.

Operasi Variabel

Tabel 1. Ringkasan Operasional Variabel

Variabel	Pengukuran
Nilai Perusahaan (Y) menggunakan <i>Price Book Value</i> (PBV)	Nilai Perusahaan dihitung menggunakan <i>Price Book Value</i> (PBV) yang dimana memperhatikan seberapa besarnya pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Rumus yang akan digunakan sebagai berikut: $PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$

Profitabilitas (X1) dengan *Return On Assets* merupakan rasio yang digunakan untuk

Variabel	Pengukuran
menggunakan ROA	mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pencapaian keuntungan bersih dari total aset perusahaan yang dimiliki. rumus yang akan digunakan sebagai berikut: $ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}} \times 100\%$
Ukuran perusahaan (X2) dengan menggunakan Ln (<i>Logaritma Natural</i>)	Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva atau besar harga perusahaan dengan menggunakan perhitungan logaritma total aktiva. (Hartono, (2015). Rumus yang akan digunakan sebagai berikut: Ln (Total Aset)

Metode Analisis Data

Analisis data yang dapat dilakukan adalah analisis data kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka perhitungan menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program SPSS 29. Berikut ini model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Return On Assets
 α : Konstanta
 β : Koefisien regresi
X1 : Profitabilitas
X2 : Ukuran perusahaan
E : Error term

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Tabel 2. Tabel hasil uji statistik deskriptif

Model	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
ROA	81	-0,713	0,258	-0,05207	0,134010
Ukuran perusahaan BPV	81	20,800	31,660	27,33259	1,791845
Valis N (listwise)	81	0,000	25,647	2,40605	3,690786

(sumber: Data diolah dengan SPSS v. 29)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa $n = 81$. Variabel profitabilitas (X1) memiliki nilai *min* -0,713 sedangkan pada nilai *max* sebesar 0,258 dan *mean* sebesar -0,05207 dengan *standar deviation* 0,134010. Variabel ukuran perusahaan (X2) memiliki nilai *min* 20,80 sedangkan pada nilai *max* sebesar 31,66 dan *mean* 27,3326 dengan *standar deviation* 1,79185. Sedangkan nilai perusahaan (Y) memiliki nilai *min* 0,00

sedangkan pada nilai *max* sebesar 25,647 dan *mean* sebesar 2,40418 dengan *standar deviation* adalah 3,690369.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik non parametik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Jika nilai signifikansi ($< 0,05$), maka data tidak terdistribusi secara normal. Data akan terdistribusi secara normal jika signifikansi ($> 0,05$). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 71 sampel dapat dikatakan berdistribusi normal karena nilai *Kolmogorov-Smirnov* signifikansinya ($0,451 > 0,05$).

Uji multikolinearitas dilakukan dengan perhitungan *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ atau sama dengan $VIF < 10$ berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (*X1*) dan ukuran perusahaan (*X2*) memiliki nilai *tolerance* $0,996 > 0,10$ dan nilai *VIF* sebesar $1,004 < 10$. Setiap variabel memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam penelitian ini.

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan *Uji Glejser*. *Uji Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan nilai *absolute* dari *unstandardized residual* sebagai variabel dependen adakah jika signifikan sejumlah variabel independen $> 0,05$ (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil penelitian hasil uji heterokedastisitas dengan *uji glejser*, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi profitabilitas 0,901, dan ukuran perusahaan 0,016 lebih besar dari 0,05 yang artinya bahwa 539 keputusan tersebut bebas dari masalah heterokedastisitas.

Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*. Uji autokorelasi Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lainnya pada model regresi. Jika nilai *Durbin-Watson* terletak diantara nilai du dan $4-du$ ($du < DW < 4-du$) ($1,942 < 1,6733 < 2,32267$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada mode regresi.

Uji Hipotesis

Tabel 3. Hasil Uji Statistik t Tahun 2020-2022

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	3810014495	586730798		6,494	0,000
X1_ROA	1,160	0,545	0,216	2,129	0,037
X2_UP	0,193	0,029	0,667	6,567	0,000

(sumber: Data diolah dengan SPSS v. 29)

Tabel 4. Hasil Uji Statistik f Tahun 2020-2022

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
Constant	4,0788055489	2	1,988	84,637	.006
X1_ROA	5,7173208576	68			
X2_UP	5,7173208576	70			

(sumber: Data diolah dengan SPSS v. 29)

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama
Nilai signifikansi (sig) dari variabel profitabilitas sebesar $0,037 < 0,05$; sehingga H1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Hipotesis Kedua
Nilai signifikansi (sig) dari variabel ukuran perusahaan sebesar $0,00 < 0,05$; sehingga H2 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3. Hipotesis Ketiga
Nilai signifikansi (sig) dari variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan sebesar $0,006 < 0,05$; sehingga H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa profitabilitas memiliki nilai koefisien 1,160 dengan nilai signifikan $0,037 < 0,05$. Artinya, profitabilitas signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ambarwati & Jenny (2021) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien 0,193 dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Artinya, ukuran perusahaan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diketahui bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien 84,637 nilai signifikansi $0,006 < 0,05$. Maka variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Nurwanti (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara simultan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel, dan resto yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022. Kemudian profitabilitas dan ukuran perusahaan bersama-sama berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata, hotel, dan resto yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di BEI*.
https://www.researchgate.net/publication/342745397_PENGARUH_UKURAN_PERUSAHAAN_DAN_LEVERAGE_SERTA_PROFITABILITAS_TERHADAP_NILAI_PERUSAHAAN_PADA_PERUSAHAAN_FOOD_AND_BEVERAGES_DI_BEI
- Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 85.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p04>
- Fallah, M., Abbas, D. S., & Zulaecha, H. E. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Kinerja Keuangan Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 150.
<https://doi.org/10.31000/jmb.v9i2.3492>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Hartono, J. (2015). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi 5. Jakarta: Rajawali Pers (5th ed.).
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Hilda Syakinah, Ferry Santoso, & Dewi Anggraini. (2023). Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage, Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Hotel, Restoran Dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 660–667. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.182>
- Indriyani, E. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Kasmier. (2019). Analisis Laporan Keuangan.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis, 2017*, 569–576. <https://www.idx.co.id/>