

**PENGARUH NET PROFIT MARGIN DAN RETURN ON EQUITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2023**

Sofiyatul Amelia

[sofiyatulamelia02@gmail.com](mailto:sofiyatulamelia02@gmail.com)

Universitas Abdurachman Saleh  
Situbondo

Ika Wahyuni

[ika\\_wahyuni@unars.ac.id](mailto:ika_wahyuni@unars.ac.id)

Universitas Abdurachman Saleh  
Situbondo

Ida Subaida

[ida\\_subaida@unars.ac.id](mailto:ida_subaida@unars.ac.id)

Universitas Abdurachman Saleh  
Situbondo

**ABSTRACT**

*Amid increasingly intense global competition, the effective use of data has become essential for companies to remain competitive. Therefore, variables such as net profit margin, return on equity, and firm size are crucial for gaining deeper insights into firm value and its impact on company performance. This study focuses on food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2020 to 2023. The objective of this research is to analyze and identify the influence of net profit margin and return on equity on firm value, with firm size acting as a moderating variable. A quantitative method was employed, utilizing secondary data obtained from annual reports available on the official IDX website ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). The sampling technique used was purposive sampling, resulting in a total of eight companies selected as the sample. Data analysis included descriptive statistics, classical assumption tests (normality and multicollinearity), the coefficient of determination test, and structural equation modeling. Hypothesis testing using Smart PLS 3.0 software revealed that the net profit margin has a negative but non-significant effect on firm value. At the same time, the return on equity has a positive but also non-significant effect. Furthermore, firm size does not significantly moderate the relationship between either net profit margin or return on equity and firm value.*

**Keywords:** Net profit margin, Return on equity, Firm size, and Firm Value.

**I. PENDAHULUAN**

Dalam perkembangan teknologi saat ini, perusahaan semakin dituntut untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi yang ada. Data dan informasi menjadi aset berharga yang dapat digunakan investor untuk menggali lebih dalam tentang nilai perusahaan dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan harus mampu memanfaatkan data dengan efektif di tengah persaingan global yang semakin ketat. Beberapa tahun terakhir ini, sudah banyak perusahaan makanan dan minuman di Indonesia yang menunjukkan kemampuannya dalam mengembangkan teknologi dan

beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.

“Net profit margin (NPM) adalah sebuah rasio yang menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat menciptakan laba bersih. Rasio ini sangat bermanfaat bagi para investor di bursa saham untuk memahami seberapa efektif kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan.” (Sulistyanto, 2013:37). Menurut Hery (2016:198) “Rasio yang dikenal sebagai Margin laba bersih ini digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih dibandingkan dengan total penjualan.” Rasio ini memperlihatkan sejauh mana perusahaan mampu mengelola dan

mengurangi biaya operasionalnya dalam jangka waktu tertentu.

Kasmir (2018:204) menyatakan bahwa "*Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan modal sendiri." Rasio ini memberikan informasi mengenai persentase yang sangat penting bagi pemegang saham serta calon investor, karena semakin tinggi kenaikan *Return on equity* maka semakin tinggi juga kenaikan saham. "*Return on equity* adalah mengukur jumlah keuntungan yang sesuai dengan pemilik modal itu sendiri." Menurut Harjito (2014:61). Pengukuran ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan menghasilkan laba dari investasi yang dilakukan oleh pemegang saham atau pemilik modal.

Menurut Harmono (2014:110) "Nilai suatu perusahaan adalah hasil dari kinerja yang tercermin melalui harga yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran di pasar modal, yang menunjukkan bagaimana masyarakat menilai nilai perusahaan tersebut." Harmono (2017:233) juga mengemukakan bahwa "Nilai dari sebuah perusahaan adalah kinerja yang ditentukan oleh harga saham yang telah diperdagangkan. Harga ini dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal, yang mencerminkan bagaimana masyarakat melihat kinerja perusahaan tersebut." Nilai perusahaan dapat diukur dengan memanfaatkan harga saham dan menerapkan rasio penilaian.

Ukuran perusahaan yang ditentukan oleh total aset seringkali

berasal dari anggapan manajer bahwa perusahaan dengan total aset yang tinggi mencerminkan stabilitas dan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Menurut Hartono (2015:254) "Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar atau kecil suatu bisnis, yang dapat dinilai melalui total asetnya dan dilakukan dengan menghitung logaritma dari jumlah seluruh aset perusahaan itu." Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2010:4), "Ukuran suatu perusahaan menunjukkan seberapa besar atau kecil perusahaan itu, yang dapat dilihat dari total aset, penjualan, laba bersih, pajak yang dibayar, dan faktor lainnya." Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki dan penjualannya. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki lebih banyak sumber daya untuk membiayai investasi, yang dapat meningkatkan keuntungan.

Objek yang diteliti dalam studi ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman, yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2020-2023, dengan mengambil data yang ada di situs resmi Bursa Efek Indonesia. Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu perusahaan dengan perkembangan yang sangat pesat di dunia, termasuk di Indonesia. Untuk meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen, berbagai bentuk makanan dan minuman dengan tampilan menarik terus diproduksi. Banyak perusahaan di industri makanan dan minuman saling bersaing untuk

memajukan bisnisnya. Menurut Wamenperin (2024), standarisasi adalah salah satu faktor peningkatan daya saing industri nasional. Standardisasi ini akan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi yang dimana di dalamnya sudah ada panduan yang jelas tentang spesifikasi teknis dan prosedur, sehingga perusahaan dapat mengurangi pemborosan sumber daya dan biaya operasional. Efisiensi inilah yang nantinya akan berkontribusi langsung pada peningkatan profitabilitas dan daya saing perusahaan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah sebuah proses yang melibatkan perencanaan, pengelolaan, kontrol, dan pengalokasian sumber daya keuangan baik untuk perusahaan maupun individu yang tujuannya adalah untuk mencapai target keuangan yang telah ditetapkan. Mulyawan (2015:30) mengemukakan bahwa "Manajemen keuangan adalah serangkaian aktivitas yang terkait dengan keuangan dalam suatu organisasi. Aktivitas ini meliputi perencanaan, analisis, dan pengendalian yang umumnya dilaksanakan oleh manajer keuangan".

Menurut Irfani (2020:11) "Manajemen keuangan merujuk pada pengelolaan aspek keuangan perusahaan, dengan tujuan untuk mencari dan memanfaatkan sumber dana dengan cara yang efektif dan

efisien demi mencapai sasaran organisasi." Secara keseluruhan, manajemen keuangan mencakup

berbagai aspek, termasuk perencanaan keuangan, penganggaran, pengelolaan kas, investasi, pendanaan, dan pelaporan keuangan. Semua aktivitas ini dilakukan dengan maksud untuk memastikan kesehatan finansial perusahaan dan mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

### Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan catatan yang menunjukkan informasi keuangan suatu perusahaan selama periode akuntansi tertentu yang biasanya menyajikan kinerja perusahaan dengan cara secara sistematis dan terstruktur. Kasmir (2018:7) menjelaskan bahwa "Laporan keuangan adalah dokumen yang menggambarkan situasi keuangan terakhir suatu perusahaan pada waktu tertentu dan dalam jangka waktu tertentu". Fahmi (2015:123) mengemukakan bahwa "Laporan keuangan adalah informasi yang menunjukkan keadaan finansial sebuah perusahaan, dan informasi ini juga bisa digunakan untuk memperlihatkan performa keuangan perusahaan.". Dengan adanya laporan keuangan ini dapat membantu membangun kepercayaan pemegang saham, investor, dan pihak terkait lainnya.

### Net Profit Margin

Menurut Hery (2016:198) "Rasio yang dikenal sebagai Margin laba bersih ini digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih dibandingkan dengan total penjualan." *Net profit margin* mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan dari pendapatan yang

diperoleh. Rasio ini memperlihatkan sejauh mana perusahaan mampu mengelola dan mengurangi biaya operasionalnya dalam jangka waktu tertentu. Dengan kata lain, margin laba bersih merupakan bagian dari penjualan yang tersisa setelah semua biaya dan pengeluaran, seperti bunga dan pajak telah dikurangkan.

*Net profit margin* dapat dihitung dengan rumus yang diberikan oleh Hery (2016:199) seperti di bawah ini:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

- Keterangan :
- Laba Bersih Setelah Pajak : Keuntungan yang diperoleh perusahaan dari selisih antara pendapatan dan biaya setelah dikurangi pajak.
  - Penjualan bersih : Jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan setelah dikurangi berbagai pengeluaran.

### **Return On Equity**

Kasmir (2018:204) menyatakan bahwa "*Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan modal sendiri." Rasio ini memberikan informasi mengenai persentase yang sangat penting bagi pemegang saham serta calon investor, karena semakin tinggi kenaikan *Return on equity* maka semakin tinggi juga kenaikan saham. Menurut Harjito (2014:61) "*Return on equity* adalah mengukur jumlah keuntungan yang sesuai dengan

pemilik modal itu sendiri." Pengukuran ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan menghasilkan laba dari investasi yang dilakukan oleh pemegang saham atau pemilik modal. Untuk mengukur rasio *Return on equity* menurut Kasmir (2018:204) adalah:

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

- Keterangan :
- Laba Setelah Pajak : Jumlah uang yang didapat oleh perusahaan dalam satu waktu setelah pajak penghasilan dipotong.
  - Modal Sendiri : Uang yang dimiliki oleh pemilik perusahaan.

### **Nilai Perusahaan**

"Nilai dari sebuah perusahaan adalah kinerja yang ditentukan oleh harga saham yang telah diperdagangkan. Harga ini dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal, yang mencerminkan bagaimana masyarakat melihat kinerja perusahaan tersebut" (Harmono, 2017:233). Nilai perusahaan dapat diukur dengan memanfaatkan harga saham dan menerapkan rasio penilaian. Salah satu rasio yang umum digunakan adalah *Price Book Value (PBV)*. Rasio ini mengevaluasi seberapa banyak nilai yang diberikan oleh pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi dari sebuah perusahaan. Nilai *PBV* yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dianggap lebih baik oleh para investor.

Harmono (2014:114) menjelaskan bahwa harga terhadap

nilai buku (PBV) dihitung dengan cara berikut:

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

Keterangan :  
 Harga Perlembar Saham : Harga saham yang terlihat di pasar pada saat tertentu.  
 Nilai Buku Saham : Total yang akan diterima oleh pemegang saham

Nilai buku saham dapat dihitung dengan cara berikut:

$$\text{Nilai Buku Saham} = \frac{\text{Total Equity}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Keterangan :  
 Total Equity : Total Ekuitas  
 Jumlah Saham Beredar : Jumlah saham yang sudah dicetak.

### Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2010:4), "Ukuran suatu perusahaan menunjukkan seberapa besar atau kecil perusahaan itu, yang dapat dilihat dari total aset, penjualan, laba bersih, pajak yang dibayar, dan faktor lainnya." Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki dan penjualannya. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki lebih banyak sumber daya untuk membiayai investasi, yang dapat meningkatkan keuntungan. Dalam keadaan seperti ini, pangsa pasar bisa meningkat dan berdampak pada

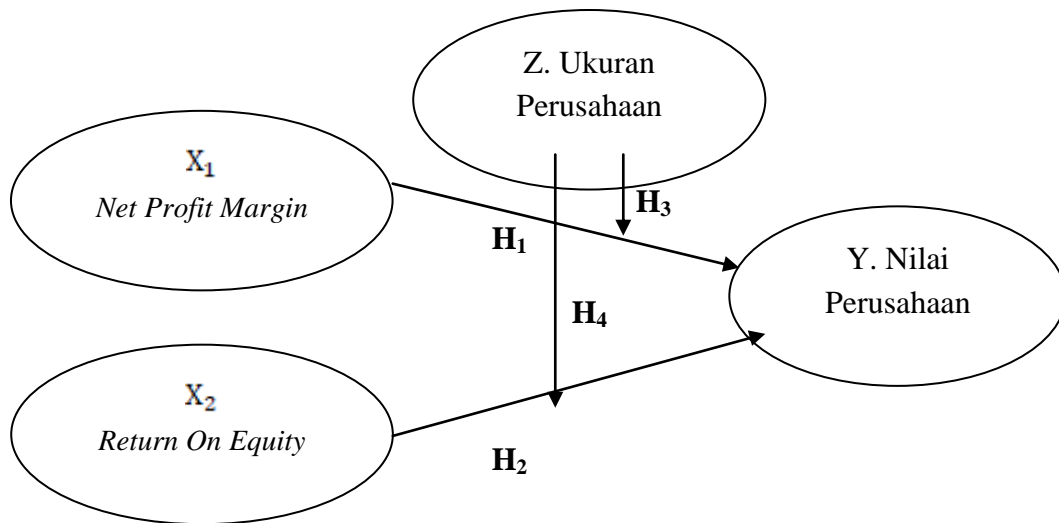
profitabilitas perusahaan. Munawir (2010:30) mengemukakan bahwa cara menghitung Ukuran perusahaan adalah:

$$Firm\ Size = Ln\ Total\ Aset\ Perusahaan$$

Keterangan :  
 Ln : Logaritma natural  
 Total Aset Perusahaan : Total Aset lancar dan aset tidak lancar

### Kerangka Konseptual

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019:60) "Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan antara satu konsep dengan konsep lainnya terkait dengan masalah yang akan diteliti." Sarmanu (2017:36) menyebutkan bahwa "Kerangka konseptual mencakup variabel yang sedang diteliti, termasuk pengaruh atau hubungan antara satu variabel dan yang lainnya". Tujuan kerangka ini adalah menjelaskan makna dari kata-kata dalam kajian teori dan juga harus mampu menggambarkan hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Variabel yang digunakan dalam studi ini adalah *Net profit margin* ( $X_1$ ) dan *Return on equity* ( $X_2$ ), dengan Ukuran perusahaan ( $Z$ ) sebagai variabel moderasi, dan Nilai perusahaan ( $Y$ ) untuk variabel terikat. Di bawah ini adalah ilustrasi kerangka konseptual yang ditunjukkan dalam gambar 1.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**

**Hipotesis**

- H<sub>1</sub> : *Net profit margin* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H<sub>2</sub> : *Return on equity* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H<sub>3</sub> : Ukuran perusahaan secara signifikan memoderasi pengaruh *Net profit margin* terhadap Nilai perusahaan.
- H<sub>4</sub> : Ukuran perusahaan secara signifikan memoderasi pengaruh *Return on equity* terhadap Nilai perusahaan.

**III. METODE PENELITIAN**

“Rancangan penelitian adalah rencana umum yang mengatur bagaimana suatu penelitian akan dilakukan dan berfungsi sebagai panduan dalam menjalankan penelitian tersebut” (Arikunto, 2010:106). Rancangan penelitian ini biasanya digunakan untuk menetapkan agar tujuan penelitian dapat berjalan secara efektif dan efisien, memberikan gambaran

tentang penelitian, serta menentukan batasan-batasan penelitian. Penyusunan rancangan penelitian meliputi langkah-langkah yang sistematis, termasuk penentuan topik, pengumpulan data, analisis, hingga evaluasi. Hal ini mencakup metode dan prosedur untuk mengumpulkan, menganalisis dan menafsirkan data.

**Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini dilakukan secara tidak langsung pada perusahaan yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang diperlukan diambil dari laporan keuangan perusahaan-perusahaan tersebut untuk periode dari 2020-2023. Penelitian ini memerlukan waktu sekitar tiga bulan mulai dari bulan Januari hingga bulan Maret 2025.

**Populasi dan Sampel**

Sugiyono (2019:80) menjelaskan bahwa “Populasi dapat diartikan sebagai area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan ciri dan karakteristik tertentu

yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian diambil kesimpulannya.” Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah perusahaan yang bergerak dalam sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2023 sebanyak 95 perusahaan.

Sugiyono (2019:85) menyebutkan “*Purposive sampling* adalah cara untuk mengambil sampel data dengan mempertimbangkan faktor tertentu.” Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Peneliti memilih metode ini untuk menetapkan aspek atau kriteria tertentu yang perlu dipenuhi oleh sampel dalam penelitian. Berikut adalah beberapa kriteria yang dimaksud yaitu:

- a. Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI secara berturut-turut tahun 2020-2023.
- b. Perusahaan yang menggunakan rupiah sebagai mata uang.
- c. Perusahaan yang mendapatkan laba.
- d. Perusahaan yang mempunyai total aset dibawah Rp 3.000.000.000.000.

Dari kriteria di atas, bisa dilihat bahwa ada 8 perusahaan di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memenuhi syarat untuk dijadikan contoh dalam penelitian ini. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 32 data yang dikumpulkan dari periode 4 tahun, yaitu dari tahun 2020-2023.

### Metode Analisis Data

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model - Partial Least Square (PLS-SEM)*.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN Analisis Deskriptif

Studi ini digunakan untuk menganalisis Pengaruh *Net Profit Margin* dan *Return On Equity* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Harga Saham sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *Net profit margin* dan *Return on equity*, variabel dependen yang digunakan adalah Nilai perusahaan, sedangkan variabel moderasi yang digunakan adalah Ukuran perusahaan. Sampel dalam penelitian ini diambil dari laporan keuangan dan laporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2020-2023 (empat tahun), dengan total jumlah data sebanyak 32 data penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui data yang diteliti apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen pada data yang diteliti. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Collinierity Statistics (VIF)* pada “*Inner VIF Values*” pada hasil aplikasi *partial least square Smart PLS 3.0*. Pada aplikasi Smart PLS 3.0 dikatakan tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik “Multikolinieritas” apabila nilai VIF

(*Varians inflation factor*)  $\leq 5,00$ , namun apabila nilai VIF  $> 5,00$ , maka melanggar asumsi Multikolinieritas atau variabel bebas

saling mempengaruhi (angka berwarna merah). Berikut adalah tabel hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas:

**Tabel 1.**  
**Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas**

	Moderating $X_1.Y$	Moderating $X_2.Y$	$X_1$ . Net Profit Margin	$X_2$ . Return On Equity	Y. Nilai Perusahaan	Z. Ukuran Perusahaan
Moderating $X_1.Y$					1.397	
Moderating $X_2.Y$					1.683	
$X_1$ . Net Profit Margin					1.476	
$X_2$ . Return On Equity					1.778	
Y. Nilai Perusahaan						
Z. Ukuran Perusahaan					1.260	

### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan apakah data yang diteliti akan menunjukkan hasil distribusi normal atau tidak. Untuk mengukur normalitas, kita dapat melihat nilai

*Excess Kurtosis* atau *Skewness*. Dalam analisis Smart PLS, tidak ada pelanggaran terhadap asumsi normalitas jika nilai *Excess Kurtosis* atau *Skewness* berada dalam rentang -2,58 sampai 2,58. Berikut disajikan hasil uji asumsi klasik normalitas:

**Tabel 2.**  
**Uji Asumsi Klasik Normalitas**

Indikator	<i>Excess Kurtosis</i>	<i>Skewness</i>	Keterangan
$X_1$	-0.523	0.849	Normal
$X_2$	9.423	3.216	Tidak Normal
Z	0.870	-1.677	Normal
Y	4.069	2.402	Normal

### Uji Goodness Of Fit (GOF)

Uji goodness of fit (GOF) secara umum bertujuan untuk menilai apakah distribusi data dari sampel sesuai atau mengikuti suatu distribusi teoritis tertentu. Ghozali (2018:82) menyatakan bahwa "Goodness of fit dikembangkan

untuk mengevaluasi model pengukuran dan model

struktural, serta memberikan ukuran sederhana terhadap prediksi keseluruhan dari suatu model."

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga indikator untuk menilai kelayakan model, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)  $\leq 0,09$ , maka model dinyatakan fit.
- 2) Jika nilai Chi-Square rendah, maka model dikategorikan fit.
- 3) Jika nilai NFI (Normed Fit Index)  $\geq 0,5$  atau mendekati angka 1, maka model dianggap fit.

**Tabel 3.**  
**Uji Goodness Of Fit (GOF)**

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>	<i>Cut Off</i>	<b>Keterangan Model</b>
<b>SRMR</b>	0.000	0.008	$\leq 0.10$	<i>Good Fit</i>
<b>d_ ULS</b>	0.000	0.001	$\geq 0.05$	<i>Marginal Fit</i>
<b>d_ G</b>	0.000	0.002	$\geq 0.05$	<i>Marginal Fit</i>
<i>Chi-Square</i>	0.000	0.401	Diharapkan Kecil	<i>Good Fit</i>
<b>NFI</b>	1.000	0.992	$> 0,9$ (mendekati 1)	<i>Good Fit</i>

#### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai *R-Square* berada dalam rentang 0 sampai 1. Ketika nilainya 0, berarti variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen. Di sisi lain, jika nilainya 1, maka ini menunjukkan bahwa variabel

independen sepenuhnya mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel *Net profit margin (X<sub>1</sub>)* dan *Return on equity (X<sub>2</sub>)* mempengaruhi Nilai perusahaan (Y) sebesar 0,812 (81, 2%), sedangkan sisanya 18,8 % dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

**Tabel 4.**  
**Uji Koefisien Determinasi**

<b>Variabel Terikat</b>	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<b>Y. Nilai Perusahaan</b>	<b>0.812</b>	<b>0.776</b>

#### Uji Hipotesis Penelitian

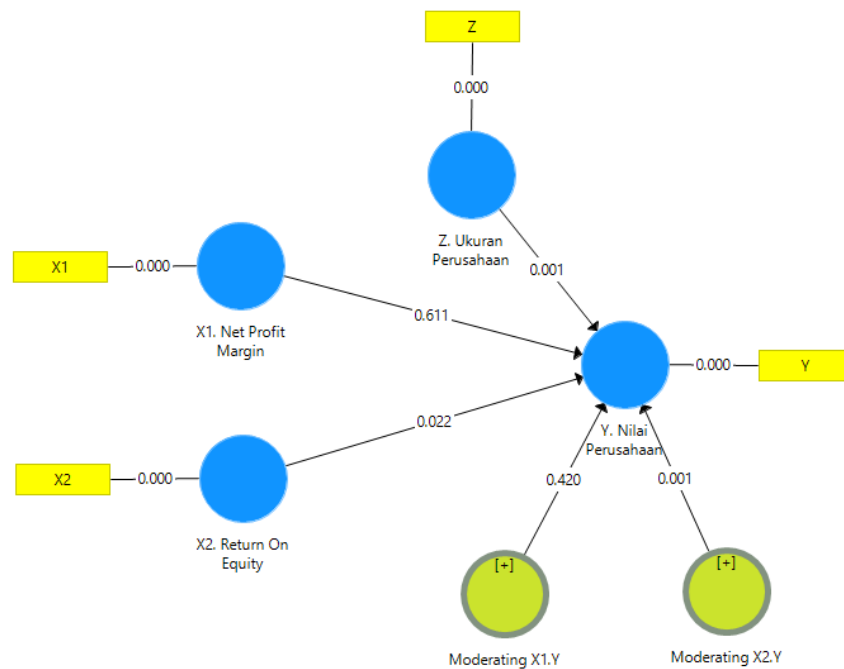
Pengujian hipotesis adalah sebuah cara untuk membuat keputusan dalam menganalisis data, yang digunakan untuk menguji apakah suatu pernyataan benar menurut statistik. Ghazali (2018:97) menjelaskan bahwa “Uji hipotesis dilakukan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan antara

variabel independen dan dependen dalam sebuah penelitian”. Dalam uji hipotesis ini, pengaruh signifikan antar variabel dan pengaruh positif atau negatif dapat diketahui dengan menggunakan *P Value* sebesar 0.05. Jika nilai *P Value* melebihi 5% ( $> 5\%$ ), maka pengaruhnya tidak signifikan.

**Analisis Persamaan Struktural**  
*(inner model)*

Analisis persamaan struktural merupakan uji yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel yang diamati dan

variabel laten. Dalam analisis persamaan ini peneliti dapat menguji model teoritis yang kompleks dengan melibatkan beberapa hubungan regresi secara simultan. Hasil analisis persamaan struktural disajikan dalam gambar berikut:



**Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan Aplikasi Smart PLS**

Berdasarkan pada Gambar 2 diatas, Selanjutnya hasil uji hipotesis menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0

**Tabel 5.**  
**Uji Hipotesis Penelitian**

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>
<b>Moderating X<sub>1</sub>.Y » Y. Nilai Perusahaan</b>	-0.175	-0.209	0.416	0.420	<b>0.675</b>
<b>Moderating X<sub>2</sub>.Y » Y. Nilai Perusahaan</b>	0.048	19.753	90.830	0.001	<b>1.000</b>
<b>X<sub>1</sub>. Net Profit Margin » Y. Nilai Perusahaan</b>	0.124	0.122	0.203	0.611	<b>0.542</b>
<b>X<sub>2</sub>. Return On Equity » Y. Nilai Perusahaan</b>	0.911	-7.009	40.875	0.022	<b>0.982</b>

## Pembahasan

### Pengaruh *Net profit margin* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis pertama dengan mengacu pada nilai original sample yaitu negatif (-0,175), Nilai T-Statistic yaitu 0,420 (<1,964) dengan nilai P Value yaitu **0,675** (>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa *Net profit margin* ( $X_1$ ) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y), artinya semakin tinggi *Net profit margin* maka Nilai perusahaan akan semakin menurun, dengan demikian **Hipotesis ke 1 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan negatif antara *Net Profit Margin* dan nilai perusahaan, yang bertentangan dengan teori keuangan konvensional seperti Teori *Signaling* dan Teori *Agency* yang menyatakan bahwa profitabilitas tinggi seharusnya menjadi sinyal positif bagi investor dan meningkatkan persepsi pasar terhadap perusahaan. Beberapa faktor yang menjadi penyebab hasil penelitian bertentangan yaitu, Pertama, fokus pasar terhadap pertumbuhan, bukan profitabilitas. Dalam beberapa perusahaan makanan dan minuman dengan periode tertentu, terutama pemulihan pasca pandemi, investor lebih memberikan perhatian pada potensi pertumbuhan daripada tingkat profitabilitas. Perusahaan yang terlalu fokus pada efisiensi dan menghasilkan NPM tinggi justru dianggap sedang mengurangi belanja modal atau ekspansi, yang berpotensi menurunkan ekspektasi pasar. Kedua, underinvestment atau efisiensi berlebihan. Tingginya NPM bisa mencerminkan pengurangan biaya secara ekstrem yang mungkin

berasal dari pemangkasan anggaran penting seperti riset dan pengembangan, pemasaran, atau tenaga kerja. Hal ini bisa dianggap sebagai sinyal negatif oleh pasar karena mengindikasikan kurangnya investasi jangka panjang, sehingga menurunkan nilai perusahaan. Ketiga, karakteristik industri. Penelitian ini juga bisa dipengaruhi oleh karakteristik industri yang diteliti. Dalam industri yang memiliki daya saing rendah, NPM tinggi bisa jadi hanya mencerminkan minimnya persaingan, dan bukan keunggulan kompetitif. Pasar mungkin menilai bahwa kondisi ini tidak akan bertahan lama. Jadi hasil penelitian *Net profit margin* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Saddam, dkk (2021), Anggraini, dkk (2022) dan Nadiya, dkk (2023) yang menyatakan bahwa *Net profit margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Tetapi hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agustin, dkk (2022) yang menyatakan bahwa *Net profit margin* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan.

### Pengaruh *Return on equity* terhadap Nilai perusahaan

Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,048), Nilai T-Statistic yaitu 0,001 (<1,964) dengan nilai P Value yaitu **1,000** (>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa *Return on equity* ( $X_2$ ) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y),

artinya semakin tinggi *Return on equity* maka Nilai perusahaan akan semakin meningkat, dengan demikian **Hipotesis ke 2 ditolak**. ROE yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang lebih besar dari modal yang digunakan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor yang kemudian tercermin dalam peningkatan permintaan atas saham perusahaan yang pada akhirnya mendorong kenaikan harga saham dan nilai pasar perusahaan. Beberapa faktor yang menyebabkan pengaruh *Return on equity* belum signifikan seperti fluktuasi laba bersih yang memengaruhi ROE, namun tidak selalu mencerminkan nilai intrinsik perusahaan. Faktor eksternal seperti kondisi industri, ekonomi makro, atau faktor non-keuangan yang lebih dominan dalam memengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian, meskipun secara umum semakin tinggi ROE, nilai perusahaan cenderung meningkat, hasil ini menunjukkan bahwa ROE bukan satu-satunya faktor penentu dalam membentuk nilai perusahaan. Oleh karena itu, investor dan manajer keuangan perlu mempertimbangkan indikator keuangan lainnya secara komprehensif dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Hasil dari penelitian *Return on equity* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Saddam, dkk (2021), Janah dan Munandar (2022), Ulfa, dkk (2023), Sugiarto dan Sriyatun (2024) yang menyatakan bahwa *Return on equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Tetapi

hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Indriyana, dkk (2023) dan Syarifuddin, dkk (2024) yang menyatakan bahwa *Return on equity* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan.

### **Pengaruh *Net profit margin* terhadap Nilai Perusahaan dengan moderasi variabel Ukuran perusahaan**

Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,124), Nilai T-Statistic yaitu 0,611 (<1,964) dengan nilai P Value yaitu **0,542** (>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan (Z) secara positif namun tidak signifikan memoderasi pengaruh *Net profit margin* ( $X_1$ ) terhadap Nilai perusahaan (Y), artinya Ukuran perusahaan memperlemah hubungan secara positif pengaruh *Net profit margin* terhadap Nilai perusahaan, dengan demikian **Hipotesis ke 3 ditolak**. Ukuran perusahaan memperlemah secara positif mengindikasikan bahwa ketika ukuran perusahaan meningkat, pengaruh *Net profit margin* terhadap nilai perusahaan cenderung melemah. Hal ini mungkin disebabkan oleh kenyataan bahwa perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks, berbagai sumber pendanaan, serta faktor eksternal lainnya yang lebih beragam, sehingga efisiensi laba bersih (*Net profit margin*) bukan satu-satunya pertimbangan utama investor dalam menilai nilai perusahaan. Sebaliknya, pada perusahaan kecil, *Net profit*

*margin* mungkin menjadi indikator keuangan yang lebih dominan dalam menentukan nilai perusahaan karena ruang lingkup kegiatan dan ekspektasi investor cenderung lebih sederhana. Dengan demikian, meskipun ukuran perusahaan tidak terbukti memoderasi secara signifikan hubungan antara *Net profit margin* dan nilai perusahaan, terdapat indikasi bahwa pertumbuhan ukuran perusahaan dapat mengurangi sensitivitas nilai perusahaan terhadap fluktuasi *Net profit margin*. Hasil dari penelitian Ukuran perusahaan memperlemah hubungan secara positif pengaruh *Net profit margin* terhadap Nilai perusahaan ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Nadiya, dkk (2023) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan memperkuat secara positif hubungan *Net profit margin* terhadap Nilai perusahaan.

#### **Pengaruh *Return on equity* terhadap Nilai perusahaan dengan moderasi variabel Ukuran perusahaan**

Hasil uji hipotesis keempat dengan mengacu pada nilai original sample yaitu positif (0,911), Nilai T-Statistic yaitu 0,022 (<1,964) dengan nilai P Value yaitu **0,982** (>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan (Z) secara positif namun tidak signifikan memoderasi pengaruh *Return on equity* ( $X_2$ ) terhadap Nilai perusahaan (Y), artinya Ukuran perusahaan memperlemah hubungan secara positif pengaruh *Return on equity* terhadap Nilai perusahaan, dengan demikian **Hipotesis ke 4 ditolak**. Hasil analisis menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan memoderasi

pengaruh *Return on equity* terhadap Nilai perusahaan secara positif, namun tidak signifikan. Beberapa faktor penyebab ketidaksignifikan pengaruh ini yaitu struktur kepemilikan dan kompleksitas organisasi. Perusahaan besar umumnya memiliki struktur kepemilikan yang lebih kompleks, termasuk adanya kepemilikan institusional atau manajerial yang tinggi. Hal ini dapat menyebabkan adanya perbedaan persepsi pasar terhadap indikator kinerja seperti ROE, karena efisiensi pengelolaan belum tentu tercermin langsung dalam rasio keuangan tersebut. Kedua, diversifikasi usaha dan segmentasi bisnis. Banyak perusahaan besar memiliki portofolio bisnis yang terdiversifikasi. ROE pada laporan keuangan agregat dapat mencerminkan kinerja keseluruhan, tetapi tidak mewakili unit usaha tertentu yang mungkin memiliki kinerja berbeda. Diversifikasi ini dapat menyebabkan ROE kurang mencerminkan nilai intrinsik perusahaan. Ketiga, informasi asimetri dan transparansi. Meskipun perusahaan besar memiliki kewajiban pelaporan yang lebih ketat, informasi yang disampaikan kepada publik sering kali sangat kompleks. Hal ini menyebabkan investor lebih berhati-hati dalam menafsirkan ROE sebagai indikator utama penilaian perusahaan, yang pada akhirnya dapat mengaburkan pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian Ukuran perusahaan memperlemah secara positif hubungan *Return on equity* terhadap Nilai perusahaan ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Janah

dan Munandar (2022) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan memperkuat secara positif hubungan *Return on equity* terhadap Nilai perusahaan.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. *Net profit margin* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $H_1$  ditolak);
2. *Return on equity* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $H_2$  ditolak);
3. Ukuran perusahaan tidak signifikan memoderasi pengaruh *Net profit margin* terhadap Nilai perusahaan ( $H_3$  ditolak);
4. Ukuran perusahaan tidak signifikan memoderasi pengaruh *Return on equity* terhadap Nilai Perusahaan ( $H_4$  ditolak).

## Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran akan dituliskan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan  
Perusahaan disarankan untuk terus mengoptimalkan efisiensi operasional agar

dapat meningkatkan margin keuntungan bersih (NPM). Hal ini dapat dilakukan melalui pengendalian biaya, peningkatan produktivitas, dan inovasi produk atau layanan sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat dan berdampak positif pada nilai perusahaan. Perusahaan perlu memperhatikan Ukuran perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu, perusahaan besar dan kecil sebaiknya menyesuaikan strategi keuangan dan operasional mereka sesuai dengan skala usaha. Perusahaan besar mungkin memiliki sumber daya lebih untuk memanfaatkan efek positif NPM dan ROE, sementara perusahaan kecil harus fokus pada penguatan aspek tertentu yang dapat memperbesar pengaruh positif tersebut. Untuk memaksimalkan pengaruh *Net profit margin* dan *Return on equity* terhadap Nilai perusahaan, perusahaan harus mengembangkan sistem informasi yang akurat dan manajemen yang adaptif agar mampu mengambil keputusan yang tepat waktu dan sesuai dengan kondisi perusahaan, khususnya dengan mempertimbangkan Ukuran perusahaan.

2. Bagi Universitas  
Abdurachman Saleh  
Situbondo

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk melakukan pengembangan pada rancangan kurikulum manajemen keuangan dan juga diharapkan bisa menambah wawasan dan pengetahuan serta informasi bagi sivitas akademika tentang pentingnya *Net profit margin* dan *Return on equity* dalam meningkatkan Nilai perusahaan

3. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan memberi masukan untuk peneliti-peneliti selanjutnya dengan mengembangkan model-model penelitian terbaru yang berkaitan dengan variabel *Net profit margin*, *Return on equity*, Nilai perusahaan dan Ukuran perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. N., Wahyuni, I., dan Subaida, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 1 (7): 1390-1402. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i7.2193>
- Anggraini, L., Wiryaningtyas, D. P., Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2018-2020. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 1 (7): 1361-1375. DOI: <https://doi.org/10.36841/jme.v1i7.2190>
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brigham, E. F. dan Houston, J. F. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjito, A. 2014. *Manajemen Keuangan*. Edisi ke 2. Yogyakarta: Ekonisia.
- Harmono. 2014. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hartono, J. 2015. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima. Yogyakarta: BPF.
- Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Analisis Laporan Keuangan Integrated and*

- Comprehensive Edition.*  
Jakarta: Grasindo.
- Indriyana, S., Wiryaningtyas, D. P., dan Ariyantiningasih, F. (2023). Kebijakan Deviden Dalam Memediasi Faktor Faktor Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2021. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 2 (6): 1299-1317. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i6.3549>
- Irfani, A, S. 2020. *Manajemen Keuangan Dan Bisnis: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Janah, N. dan Munandar, A. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitasterhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuranperusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Vol 6 (2): 1421-1437. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2268>
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyawan, S. 2015. *Manajemen keuangan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Munawir, S. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty.
- Nadiya, A. J., Afrizon., Indrabudiman, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022). *Jurnal of Accounting Science and Technology*. Vol 3 (2): 109-129. <https://dx.doi.org/10.31000/jast.v3i2.9794.g4560>
- Saddam, M., Ali, O., dan Ali, J. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*. Vol1 (2): 128-135. <https://doi.org/10.55182/jnp.v1i2.36>
- Syarifuddin, M., Pramitasari, T. D., Subaida, I. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaansektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2019-2022. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 3 (3): 408-422. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i3.4848>
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Sugiarto, A. dan Sriyatun. (2024). Pengaruh Return On Equity, Ukuran Perusahaan dan Debt To Equity Ratio Terhadap

- Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Periode 2018-2022. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan (JIIP)*. Vol 7 (3): 2489-2495. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3981>.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiyanto. 2013. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Ulfa, M., Karnadi, dan Sari, L. P. (2023). Analisis Total Assets Turn Over dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Tbk Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Dengan Return On Equity Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 2 (7): 1415-1433. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3556>
- <https://bbt.kemenperin.go.id/blog/wa-menperin:-standardisasi-tingkatkan-daya-saing-industri-prioritas-nasional>