



available online at:

<https://cakrawala.stieswadaya.ac.id/cakrawala/index.php/cakrawala>

Vol.28 No.2  
Juli  
(2021)

# Cakrawala

*Ekonomi & Keuangan*

Published by LPPM-STIE SWADAYA in collaboration  
with STIE SWADAYA Jakarta

P-ISSN : 0854-7793  
E-ISSN : 2714-643X

## EFEK EFISIENSI ASET DALAM MENINGKATKAN MARKET VALUE

Adam<sup>1\*</sup>

<sup>1\*</sup>) STIESWADAYA(Akuntansi)

Jatiwaringin Raya No.36 (Jakarta Timur, 13620)

*Email adamstieswadaya.ac.id*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap market value. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan agrikultur yang terdaftar di BEI selama 3 tahun (2018-2020). Pemilihan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling, dan diperoleh sebanyak 14 perusahaan. Data di proses dengan menggunakan balanced panel data. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap market value.

***Kata kunci: Market Value, Profitabilitas***

### ABSTRACT

This study aims to examine the effect of profitability on market value. The population in this study is agriculture company listed on the Indonesian Stock Exchange during the 3 years. The sample was selected using purposive sampling method and obtained a sample of 14 companies. The data are process by using a balanced panel data. The analytical method used in this study is linear regression. The results of this study show that profitability has an effect on market value.

***Keywords: Market Value, Profitability***

### PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan sarana bagi para investor untuk melakukan investasi, salah satunya adalah investasi saham. Investor yang merelakan sejumlah dana untuk diinvestasikan pada saham memiliki harapan akan mendapatkan keuntungan/imbalance berupa deviden maupun capital gain (Sudarmanto, Dkk, 2021:54) Untuk itu perusahaan harus memiliki cara agar mampu bertahan dan mencapai tujuan utamanya yaitu memaksimalkan laba (profit) dan kesejahteraan pemegang saham (investor) sehingga dapat memberikan citra yang baik dimata investor. Memaksimalkan kesejahteraan investor sama halnya dengan memaksimalkan harga pasar saham perusahaan yang artinya juga memaksimalkan aset perusahaan. Hal ini merupakan tujuan yang lebih spesifik dibandingkan jika hanya memaksimalkan laba perusahaan (Sumiati dan Indrawati, 2019:2).



Logika yang mendasari adanya tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan investor seperti yang dikemukakan oleh Brigham and Houston (2015:146) akan memberikan manfaat kepada konsumen dan karyawannya. Memaksimalkan harga pasar saham akan menuntut perusahaan untuk beroperasi secara efisien dan maksimal sehingga menghasilkan produk yang berkualitas pada tingkat biaya yang paling rendah dengan mengembangkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Hal inilah yang akan menarik investor untuk berinvestasi. Investor akan melihat nilai pasar (market value) perusahaan yang menggambarkan berapa nilai aset atau nilai perusahaan di pasar keuangan. Karena harga saham ditentukan oleh fluktuasi penawaran dan permintaan, maka nilai pasar dijadikan ukuran yang cukup objektif untuk mengukur nilai perusahaan (Sumiati dan Indrawati, 2019:3).

Tabel 1.1 Perkembangan Harga Saham

Nama Perusahaan	Harga Saham		
	5 Nov 2021	6 Nov 2021	7 Nov 2021
AALI	Rp. 10.750	Rp. 10.550	Rp. 10.775
PALM	Rp. 350	Rp. 326	Rp. 306
TBLA	Rp. 740	Rp. 745	Rp. 755

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 1.1 menunjukkan perkembangan harga saham perusahaan agrikultur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020. Harga saham akan mengalami perubahan sewaktu-waktu, baik kenaikan atau penurunan. Tidak dapat dipastikan bahwa harga saham yang terus meningkat tidak akan menurun dimasa depan, begitu juga sebaliknya. Hal ini membuktikan bahwa market value perusahaan akan mengalami perubahan dari waktu ke waktu.

Perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan untuk dapat melangsungkan jalannya perusahaan. Keuntungan (profit) diperoleh dari bagaimana perusahaan dapat mengelola aset yang dimiliki. Keuntungan yang diperoleh adalah wujud dari usaha manajemen dalam mengefisienkan pengelolaan aset yang dimiliki perusahaan (Sartono, 2010:123). Profitabilitas merupakan keefektifan dari operasi suatu perusahaan, manajemen aktiva dan hutang pada hasil-hasil operasi suatu perusahaan (Ehrhardt dan Brigham, 2011:98). Ketika laba meningkat, maka perusahaan akan mampu memberikan kesejahteraan kepada pemegang sahamnya. Hal ini didukung dengan teori keagenan, dimana pemilik perusahaan mempekerjakan manajer untuk melakukan tugas dalam rangka memenuhi kepentingannya dengan memberikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent (manajer) tersebut. Kasmir (2013:204) menyatakan bahwa semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan eakin besar pula pengembalian yang diberikan kepada pemegang saham (investor).

## KAJIAN KEPUSTAKAAN

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Market Value

Perusahaan harus dikelola secara professional yang diwujudkan dengan adanya pemisahan antara pemilik perusahaan dan manajemen sebagai agen. Manajemen harus mampu memaksimalkan harga pasar saham dengan mengelola perusahaan secara efisien dan maksimal agar kesejahteraan para pemegang saham tercapai. Hal inilah yang kemudian dikenal dengan adanya teori keagenan (agency theory). Menurut teori keagenan hubungan antara pemilik perusahaan dan manajemen harus sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Dengan demikian manajemen dapat memaksimalkan laba (profit) perusahaan sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan

dengan memaksimalkan nilai pasarnya. Profitabilitas menunjukkan tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dengan perolehan laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio ini menggambarkan tingkat efisiensi perusahaan (Alfianti dan Andarini, 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hikmah (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap harga saham. Semakin besar laba yang diperoleh perusahaan akan menarik minat investor berinvestasi sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan

H: Profitabilitas berpengaruh terhadap market value

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Desain penelitian dijelaskan sebagai berikut (Sekaran dan Bougie, 2017:109):

#### 1. Tujuan Studi

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis (hypothesis testing) yang telah dikembangkan berdasarkan teori-teori dan penelitian terdahulu. Hipotesis yang dirumuskan menjelaskan pengaruh antar variabel.

#### 2. Jenis Investigasi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan bersifat kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat antar variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat (Sekaran dan Bougie, 2017:112).

#### 3. Intervensi Peneliti

Tingkat intervensi dalam penelitian ini adalah intervensi minimal. Peneliti tidak bermaksud melakukan intervensi/manipulasi data untuk mempengaruhi hasil.

#### 6. Horizon waktu

Horizon waktu yang dilakukan oleh peneliti adalah studi longitudinal dimana data yang dikumpulkan pada dua batas waktu berbeda, yaitu periode 2018 sampai dengan 2020.

#### 7. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan perusahaan agrikultur yang terdaftar di BEI.

#### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan agrikultur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel dilakukan melalui metode purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode purposive sampling merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan pada beberapa pertimbangan atau kriteria tertentu (Sekaran dan Bougie, 2017:67). Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan agrikultur yang terdaftar di BEI	25
Ketersediaan dan kelengkapan data penelitian	(11)
Jumlah sampel	14
Jumlah sampel selama 3 tahun	42
Data outlier	8
<b>Total</b>	<b>34</b>

Sumber: Data diolah, 2021

## Metode Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Market Value

X1 = Profitabilitas

$\beta$  = Koefisien regresi X1,

$\alpha$  = Konstanta

e = Error

## HASIL DAN PEMBAHASAN *(tidak boleh ada sub bab atau penomoran)*

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Z > 0,05, yaitu variabel profitabilitas (0,195) dan market value (0,06) maka dapat disimpulkan data yang dimiliki adalah data yang berdistribusi normal.

#### Uji Heterokedastisitas

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel profitabilitas sebesar 0,018 < 0,05, artinya tidak terjadi heterokedastisitas pada variabel tersebut.

#### Uji Autokorelasi

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin Watson menunjukkan bahwa nilai d sebesar 2,552 1,907 selanjutnya membandingkan dengan tabel signifikansi 5% maka diperoleh nilai dU sebesar 1,513. Nilai d sebesar 2,552 lebih besar dari dU yakni 1,513 dan kurang dari (4-dU) yakni 2,468, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil regresi diolah dengan menggunakan spss dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda  
Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.046	1.492		4.723	.000
	ROE	43.461	21.006	.343	2.069	.047

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS, hasil analisis regresi linier berganda terhadap variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

$$Y = 7,046 + 43,461X + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROE memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap market value. Hal ini terlihat pada Tabel 2 bahwa P-value yang nilainya lebih kecil dari significant level (0,05). Secara statistika kenaikan ROE satu unit menyebabkan kenaikan market value yang diukur dengan PBV sebesar 43,461. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang diterima. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh Return on Equity (ROE) terhadap market value maka dapat diketahui melalui uji determinasi

Tabel 3. Coefficient Determinan Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 <sup>a</sup>	.118	.090	5.59085

- a. Predictors: (Constant), ROE  
 b. Dependent Variable: PBV

Koefisien determinan digunakan untuk menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen, semakin besar koefisien determinan semakin baik kemampuan variabel independen menerangkan dan menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat nilai dari adjusted R<sup>2</sup> sebesar 9 % yang menandakan besarnya pengaruh profitabilitas terhadap market value, sedangkan selebihnya dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel profitabilitas terhadap market value pada perusahaan agrikultur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Besarnya F hitung dapat diperoleh melalui spss versi 20 uji signifikan analisis regresi berganda. Adapun kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka hipotesis diterima.
- (2) Jika nilai sig > 0,05 F hitung < F tabel maka hipotesis ditolak.

Tabel 4. ANOVA Test ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133.805	1	133.805	4.281	.047 <sup>a</sup>
	Residual	1000.242	32	31.258		
	Total	1134.047	33			

- a. Predictors: (Constant), ROE  
 b. Dependent Variable: PBV

Anova test digunakan untuk menguji pengaruh variabel profitabilitas terhadap market value. Tabel 4 menunjukkan nilai F hitung sebesar 4,281 > F tabel sebesar 4,13 dengan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai signifikan 0,000, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap market value.

#### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Market Value

Berdasarkan rancangan pengujian hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya, hipotesis ditolak jika  $\beta_1=0$ , yang berarti bahwa nilai  $\beta$  profitabilitas sama dengan nol, sebaliknya hipotesis diterima jika  $\beta_1 \neq 0$ , yang berarti nilai  $\beta$  profitabilitas tidak sama dengan nol. Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa profitabilitas mempunyai nilai  $\beta_1= 43,461$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap market value pada perusahaan agrikultur yang terdaftar di BEI. Koefesien regresi profitabilitas sebesar 43,461, artinya setiap kenaikan 100% profitabilitas akan menaikkan market value sebesar 4346,1% dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Alipundin (2019) melakukan penelitian yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sintyana dan Hartini (2019) melakukan penelitian pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di BEI menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap PBV. Robiyanto, dkk (2020) menemukan hasil penelitian bahwa profitaabilitas yang diukur dengan ROA dan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan PBV pada perusahaan dibidang perhotela, restoran dan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaannya. Dengan profitabilitas yang tinggi perusahaan akan mampu memakmurkan para pemegang saham dengan tingkat pengembalian yang tinggi melalui pembagian deviden, sehingga akan menarik investor untuk berinvestasi. Berdasarkan teori signalling (signalling theory) perusahaan akan dengan sukarela melaporkan informasi ke pasar modal tanpa adanya dorongan dari pemerintah, informasi ini ditujukan untuk mempertahankan minat dari investor agar tidak terjadi asimetri informasi antara pihak perusahaan dengan luar perusahaan (Brigham dan Houston, 2015:186). Dengan demikian penyampaian informasi terkait profitailitas yang tinggi akan menjadi sinyal yang positif bagi perusahaan untuk menarik minat investor.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Profitabilitas berpengaruh terhadap market value

### Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan objek penelitian yang lebih luas, tidak hanya pada perusahaan agrikultur serta mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi market value.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

Brigham, E. dan J. Houston. 2012. *Fundamentals of Financial Management*. Seventh edition. Mason, OH: South-Western.

Alfianti, Dinda A dan S. Andarini. 2017. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*. Vol 8, No.1: 45-56.

Alipudin, Asep. 2019. Model Peningkatan Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal dan Profitabilitas Pada Perusahaan Agrikultur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi*. Vol 5. No. 2: 145- 154

Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2015. *Manajemen Keuangan*. Edisi Sebelas. Jakarta: Selemba Empat.

Ehrhardt, M. dan E. Brigham. 2011. *Financial Management: Theory and Practice*. Thirteen edition. Mason, OH: South-Western.

Hikmah. 2018. Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Minyak dan Gas Bumi Yang Terdaftar di BEI. *SEIKO Journal of Management & Bisnis*. Vol 2, No.1: 56-72.

Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Robiyanto., I. Nafiah, Harijono, dan I, Komala. 2020. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan dan Pariwisata Melalui Struktur

Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 14, No. 1:46-57.

Sartono, R. Agus. 2010. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Sekaran, Uma dan R. Bougie. 2017. *Metodelogi Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan -Keahlian*. Edisi 6. Buku 1. Jakarta: Selemba Empat.

Sekaran, Uma dan R. Bougie. 2017. *Metodelogi Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan -Keahlian*. Edisi 6. Buku 2. Jakarta: Selemba Empat.

Sintyana, I. P. H dan L. G. S. Atini. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*. Vol 8, No.2: 7717-7745

Sudarmanto, Eko., dkk. 2021. *Pasar Uang dan Pasar Modal*. 2021. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sumiati dan N. K. Indrawati. 2019. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Pertama. Mala