

Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Nondurable Household Products Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Meylani

e-mail: mmeylani2002@gmail.com

Rahman Amrullah Suwaidi

e-mail: rahman.suwaidi@gmail.com

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya)

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, rasio aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor Nondurable Household Products yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2023. Nilai perusahaan menjadi perhatian utama karena mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan, dan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV). Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diukur dengan Return on Equity (ROE), rasio aktivitas yang diukur dengan Total Assets Turnover (TATO), serta pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan Total Assets Growth (TAG). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 5 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, profitabilitas (ROE) berkontribusi terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, rasio aktivitas (TATO) dan pertumbuhan perusahaan (TAG) berkontribusi terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci – Nondurable Household Products, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Rasio Aktivitas

ABSTRACT : This study aims to examine the effect of profitability, activity ratio, and company growth on company value in the Nondurable Household Products sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017–2023 period. Company value is a major concern because it reflects investor perceptions of company performance, and is measured using Price to Book Value (PBV). The independent variables in this study are profitability as measured by Return on Equity (ROE), activity ratio as measured by Total Assets Turnover (TATO), and company growth as measured by Total Assets Growth (TAG). The sampling method used is purposive sampling, with a sample size of 5 companies. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 25 software. The results of the study indicate that partially profitability (ROE) contributes to firm value. However, the activity ratio (TATO) and firm growth (TAG) contribute to firm value.

Keywords – Activities Ratio, Nondurable Household Products, Company Growth, Profitability

PENDAHULUAN

Sub sektor Nondurable Household Product berperan penting untuk perekonomian nasional, terdiri dari industri *household products* seperti deterjen dan pembersih, serta *personal care products* seperti kosmetik dan *skincare* (Eddyelly, 2024). Permintaan terhadap produk rumah tangga meningkat seiring kesadaran masyarakat akan kebersihan dan gaya hidup urban. Sementara itu, industri perawatan pribadi tumbuh pesat karena tren penampilan, dominasi Gen Z—yang pada 2023 menyumbang 54% pembeli produk kecantikan (Kompas, 2024)—serta meningkatnya minat terhadap produk halal dan

alami. Indonesia memiliki potensi besar di sektor ini berkat kekayaan sumber daya alam dan pengetahuan tradisional. Produk lokal halal pun kian diminati di pasar ekspor, khususnya ke Timur Tengah. Untuk menghadapi persaingan, perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan strategi bisnis untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Ramadhan & Takarini, 2022). Nilai perusahaan mencerminkan kinerja dan kondisi perusahaan yang menjadi acuan utama bagi investor (Agustin & Anwar, 2022).

Tabel 1. 1 Rata-Rata Price to Book Value (PBV) Perusahaan Sub Sektor Nondurable Household Products yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2023

No	Nama Perusahaan	Price to Book Value (PBV)						
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	PT Unilever Indonesia Tbk	82.44	45.71	60.67	56.8	36.29	44.86	39.83
2	PT Mandom Indonesia Tbk	1.94	1.53	1.1	0.7	0.59	0.68	0.29
3	PT Mustika Ratu Tbk	0.24	0.21	0.18	0.21	0.34	0.8	0.39
4	PT Martina Berto Tbk	0.19	0.21	0.43	0.23	0.35	0.33	0.29
5	PT Kino Indonesia Tbk	1.47	1.83	1.81	1.51	1.09	1.43	1.12
Total		86.28	49.49	64.19	59.45	48.66	48.1	41.92
Rata-Rata		17.26	9.90	12.84	11.89	7.73	9.62	8.38

Sumber: www.idx.com (Data Diolah Peneliti)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products*, yang diukur melalui rasio *Price to Book Value (PBV)*, mengalami fluktuasi dengan kecenderungan penurunan signifikan sepanjang 2017–2023. Tren ini mencerminkan penurunan kinerja perusahaan dan berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan investor. Jika tidak direspon dengan tepat, kondisi ini dapat berdampak pada menurunnya minat investasi, prospek pertumbuhan, serta daya saing perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan di sektor ini perlu mengambil langkah strategis untuk meningkatkan kembali nilai perusahaannya. Salah satunya adalah dengan mendorong kenaikan harga saham agar PBV meningkat, karena rasio ini juga mencerminkan keberhasilan manajemen dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan yang menyeluruh dengan menggabungkan tiga variabel utama, yaitu profitabilitas, rasio aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan, ke dalam satu kerangka analisis terpadu. Tujuannya adalah untuk menganalisis secara bersamaan bagaimana masing-masing aspek internal perusahaan memengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan yang tergolong dalam sub sektor *Nondurable Household Products* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 hingga 2023. Selain itu, penelitian ini juga dilandasi oleh perspektif *Signalling Theory*, yang digunakan untuk menguraikan bagaimana kinerja internal perusahaan dapat berfungsi sebagai sinyal yang ditafsirkan oleh investor dan pasar dalam menilai potensi dan nilai perusahaan secara menyeluruhan.

Kajian-kajian sebelumnya menghasilkan temuan yang tidak seragam terkait pengaruh profitabilitas, rasio aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sebagian studi menunjukkan bahwa profitabilitas berperan signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian oleh Fortuna (2023), Pristi & Anwar (2022), dan Permatasari & Anwar (2022). Di sisi lain, ada pula temuan yang mengindikasikan bahwa profitabilitas tidak memiliki dampak signifikan, seperti yang tercantum dalam studi Savitri & Suwaidi (2024). Ketidakkonsistenan ini juga terlihat dalam variabel rasio aktivitas dan pertumbuhan perusahaan, di mana beberapa penelitian, misalnya oleh Ferdiansyah & Suwaidi (2023) serta Suastra et al. (2023), menyatakan adanya pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian lain, termasuk Savitri & Suwaidi (2024), tidak menemukan keterkaitan yang kuat. Perbedaan hasil ini mengisyaratkan pentingnya penelitian

lanjutan yang lebih terfokus untuk menggali dampak ketiga variabel tersebut dalam konteks yang lebih spesifik dan relevan.

Sejalan dengan uraian yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi serta menguji sejauh mana profitabilitas, rasio aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan yang tergolong dalam sub sektor *Nondurable Household Products* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 hingga 2023.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Signal (*Signalling Theory*)

Signalling theory diperkenalkan oleh Akerlof (1970) dan dikembangkan oleh Spence (1973), yang menyatakan bahwa manajemen menyampaikan informasi kepada investor untuk mencerminkan kondisi perusahaan (Syahniar & Wikartika, 2024). Brigham & Houston (2019) menambahkan bahwa sinyal ini umumnya disampaikan melalui laporan keuangan guna menunjukkan prospek perusahaan. Jika kinerja baik, sinyal bersifat positif dan menarik investor, sebaliknya kinerja buruk menjadi sinyal negatif (Mariani & Suryani, 2018). Informasi dari laporan keuangan maupun non-keuangan sangat memengaruhi keputusan investasi karena membentuk penilaian investor terhadap perusahaan (Diana & Munandar, 2023).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator krusial yang menggambarkan bagaimana pasar memandang kinerja dan potensi suatu perusahaan di masa depan (Aprilianda & Nur, 2023). Umumnya, peningkatan harga saham dianggap sebagai cerminan dari naiknya nilai perusahaan, dan hal ini menjadi aspek yang sangat dipertimbangkan oleh investor saat membuat keputusan investasi (Agustin & Anwar, 2022). Menurut Syahniar & Wikartika (2024), tingginya nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan dikelola secara efektif dan mampu membangun kepercayaan investor. Penelitian ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan. PBV membandingkan harga pasar saham dengan nilai bukunya. PBV yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai dari modal pemegang saham, sedangkan PBV di bawah satu menandakan kinerja yang belum optimal. Rumus PBV mengacu pada Brigham & Houston (2019).

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

Rasio Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator penting untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara efisien dari kegiatan operasional dan investasi. Brigham & Houston (2019) menyatakan bahwa profitabilitas mencerminkan efektivitas manajemen, sementara Fitriana (2024) menekankan efisiensi penggunaan sumber daya. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja yang baik dan menarik minat investor karena mencerminkan prospek pertumbuhan (Fitriana, 2024). Menurut Rudianto (2021), indikator yang umum digunakan untuk mengukur profitabilitas meliputi *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, *Return on Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE). Penelitian ini menggunakan *Return on Equity* (ROE) untuk mengukur profitabilitas, yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari ekuitas pemegang saham (Rudianto, 2021).

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

Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas digunakan untuk menilai seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menjalankan operasional. Yuniningsih et al. (2018) menyatakan bahwa rasio ini mencerminkan kemampuan pengelolaan aset atau investasi secara optimal, sedangkan Rudianto (2021) menjelaskan bahwa rasio aktivitas membandingkan tingkat penjualan dengan total aset perusahaan. Efisiensi penggunaan aset menjadi indikator penting kualitas manajerial dan operasional perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Total Assets Turnover* (TATO) sebagai ukuran rasio aktivitas, karena dapat menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan penjualan dari keseluruhan aset yang dimiliki (Rudianto, 2021).

$$\text{Total Assets Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan indikator yang mencerminkan peningkatan aktivitas dan kapasitas operasional perusahaan dari waktu ke waktu (Ramdhonah et al., 2019). Pertumbuhan ini dapat dilihat dari total aset yang digunakan, baik aktiva lancar maupun tidak lancar (Santoso & Junaeni, 2022), serta menjadi refleksi keberhasilan masa lalu yang dapat dijadikan dasar memprediksi kinerja mendatang (Nurnaningsih, 2019). Faktor yang memengaruhi pertumbuhan meliputi produktivitas internal, kondisi ekonomi eksternal, serta iklim industri yang mendukung (Ukhriyawati & Dewi, 2019). Dalam penelitian ini, pertumbuhan perusahaan diukur menggunakan rasio *Total Assets Growth* (TAG), yang merefleksikan kemampuan perusahaan meningkatkan total asetnya sebagai bentuk kapasitas dan potensi pertumbuhan jangka panjang (Wardiyah, 2017).

$$TAG = \frac{\text{Total Aset } t - \text{Total Aset } t - 1}{\text{Total Aset } t - 1}$$

Hubungan Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasional dan investasi yang dikelola. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen mampu memanfaatkan sumber daya secara optimal untuk memperoleh laba, yang pada akhirnya memperbesar peluang pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Kondisi ini juga menjadi daya tarik bagi investor untuk berinvestasi. Brigham & Houston (2019) menyatakan bahwa profitabilitas menggambarkan efektivitas manajemen dalam menciptakan keuntungan, sementara menurut Fitriana (2024), rasio ini menjadi indikator efisiensi penggunaan aset perusahaan. Dalam kerangka *Signalling Theory*, profitabilitas yang tinggi dipandang sebagai sinyal positif oleh pasar karena mencerminkan prospek bisnis yang baik, sehingga dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan (Safira & Suwaidi, 2023). Temuan serupa dikemukakan oleh Fortuna (2023), Pristi & Anwar (2022), serta Wijaya & Nur (2022), yang menyimpulkan bahwa profitabilitas berperan signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Hubungan Rasio Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan

Rasio aktivitas, yang sering disebut sebagai rasio efektivitas pengelolaan aset, berfungsi untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu memanfaatkan aset yang dimiliki dalam proses menghasilkan laba. Rachmaningtyas dan Yuniningsih (2024) mengemukakan bahwa rasio ini mencerminkan efisiensi penggunaan aset dalam mendukung aktivitas operasional yang

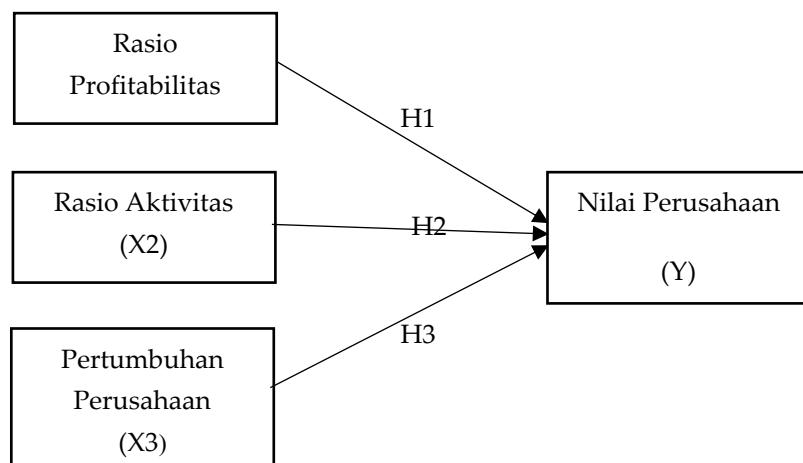
menguntungkan. Ketika rasio aktivitas meningkat, hal itu menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola aset secara optimal untuk memperoleh laba yang lebih tinggi dengan penggunaan sumber daya yang efisien. Penjelasan serupa disampaikan oleh Rudianto (2021), yang menegaskan bahwa rasio aktivitas yang tinggi mencerminkan efektivitas dalam pengelolaan aset, yang selanjutnya dapat memperkuat kepercayaan investor dan mendorong kenaikan nilai saham perusahaan. Dalam kerangka *Signalling Theory*, kinerja efisien seperti ini memberi sinyal positif kepada pasar, yang diterjemahkan oleh investor sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit melalui pengelolaan aset yang baik. Temuan dari Ferdyansyah & Suwaidi (2023), serta penelitian lain oleh Rachmaningtyas & Yuniningsih (2024) dan Savitri & Suwaidi (2024), juga mendukung bahwa rasio aktivitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Hubungan Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merefleksikan kapasitas suatu entitas bisnis untuk memperluas skala usahanya dan menciptakan peningkatan nilai secara berkelanjutan. Rahmadanti & Suwaidi (2023) mengemukakan bahwa aspek ini dapat dilihat dari kenaikan total aset maupun ekuitas, yang menggambarkan keputusan strategis perusahaan dalam mengalokasikan dana untuk pengembangan di masa depan. Pertumbuhan yang konsisten memberikan indikasi positif terhadap prospek perusahaan, yang kemudian dapat menarik minat investor karena dianggap memiliki potensi jangka panjang. Menurut Sriwardany (2020), perusahaan yang mampu mencatatkan pertumbuhan umumnya dinilai lebih prospektif dan kompetitif, sehingga lebih menarik di mata investor. Temuan serupa juga disampaikan oleh Susilo & Nur (2021), yang menyatakan bahwa peningkatan nilai perusahaan sering kali sejalan dengan pertumbuhan aset, karena investor menganggap metrik tersebut sebagai salah satu tolok ukur penting dalam mengambil keputusan investasi. Dukungan tambahan datang dari penelitian Permatasari & Anwar (2022), yang menjelaskan bahwa perusahaan yang terus mengalami pertumbuhan membuka peluang untuk menghasilkan profit yang lebih tinggi pada periode berikutnya.

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Penelitian



Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
H2: Rasio Aktivitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
H3: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dan memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dari perusahaan yang termasuk dalam sub sektor *Nondurable Household Products* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama kurun waktu 2017 hingga 2023. Pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan laman resmi masing-masing perusahaan. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan total sampel sebanyak lima perusahaan. Pemilihan kelima perusahaan tersebut didasarkan pada kelengkapan serta konsistensi ketersediaan data selama periode observasi. Seluruh data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak *SPSS*, serta didukung oleh pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis melalui uji F, uji t, dan analisis koefisien determinasi (R^2).

Tabel 2 Sampel Perusahaan

No.	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk
2	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk.
3	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk.
4	MBTO	PT. Martina Berto Tbk.
5	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig.* (Signifikansi) untuk variabel profitabilitas, aktivitas, dan pertumbuhan perusahaan masing-masing sebesar 0,200 (lebih besar dari 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berdistribusi normal atau telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk profitabilitas adalah 8,571, aktivitas sebesar 8,685, dan pertumbuhan perusahaan sebesar 1,063. Ketiga variabel ini memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel independen dalam model.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (*Sig.*) dari *Correlation Coefficient*. Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokolerasi

Hasil uji Durbin-Watson menunjukkan nilai DW sebesar 1,899. Jika dibandingkan dengan nilai batas bawah (d_L) sebesar 1,2833 dan batas atas (d_U) sebesar 1,6628, serta $(4 - d_U)$ sebesar 2,3472, maka nilai DW berada di antara d_U dan $4 - d_U$. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t
1 (Constant)	-4.746	6.024		-0.788 0.437
ROE (X1)	25.333	7.320	0.680	3.461 0.002
TAT (X2)	9.404	7.123	0.261	1.320 0.196
TAG (X3)	3.962	9.928	0.028	0.399 0.693

a. Dependent Variable: PBV (Y)

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 3 menunjukkan bahwa ROE, TATO, dan TAG memiliki koefisien positif terhadap PBV, yang berarti ketiganya berpengaruh searah terhadap nilai perusahaan. ROE memiliki pengaruh paling besar dengan koefisien 25,333, diikuti TATO sebesar 9,404 dan TAG sebesar 3,962.

Uji T

Berdasarkan tabel 3, secara parsial hanya ROE yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (t -hitung 3,461; sig. $0,002 < 0,05$). Sementara TATO (sig. 0,196) dan TAG (sig. 0,693) tidak berpengaruh signifikan karena nilai signifikansinya $> 0,05$.

Uji F

Tabel 4 Uji F

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	14138.161	3	4712.720	63.698	.000 ^b
Residual	2293.553	31	73.986		
Total	16431.715	34			

a. Dependent Variable: PBV (Y)

b. Predictors: (Constant), TAG (X3), ROE (X1), TAT (X2)

Dari data tabel 4 dapat diilah bahwa uji F menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti ROE, TATO, dan TAG secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi

Tabel 5 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	Square	R	Adjusted	the	Std. Error of	Durbin- Watson
			R Square	Adjusted Estimate	the Estimate		
1	.928 ^a	0.860	0.847	8.601488	1.899		
a. Predictors: (Constant), TAG (X3), ROE (X1), TAT (X2)							
b. Dependent Variable: PBV (Y)							

Dapat diperhatikan pada tabel 5 *Adjusted R²* sebesar 0,847 menunjukkan bahwa 84,7% variasi nilai perusahaan dijelaskan oleh variabel ROE, TATO, dan TAG, sedangkan sisanya 15,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

PEMBAHASAN

Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017–2023. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan ROE perusahaan berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Meskipun nilai ROE mengalami fluktuasi selama periode pengamatan, hal ini masih dianggap wajar mengingat karakter industri yang dinamis seperti kosmetik dan produk rumah tangga. Namun demikian, konsistensi perusahaan dalam mempertahankan ROE positif tetap menjadi indikator penting profitabilitas yang turut memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Dalam perspektif *Signalling Theory*, tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada pasar mengenai kondisi keuangan dan prospek perusahaan di masa depan. ROE yang tinggi mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola modal secara efisien untuk menghasilkan keuntungan maksimal. Sinyal positif ini meningkatkan kepercayaan investor, yang pada gilirannya berdampak pada peningkatan permintaan terhadap saham perusahaan dan turut mendorong kenaikan nilai perusahaan di pasar modal.

Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian Permatasari & Anwar (2022) yang menyatakan bahwa *Return on Equity* (ROE) berkontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Tingginya ROE menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal ekuitas yang tersedia, yang menarik perhatian investor karena mencerminkan potensi pengembalian investasi yang tinggi. Selain itu, penelitian Syahrani & Nur (2022) juga menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang semakin menegaskan bahwa profitabilitas merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai kinerja perusahaan lintas sektor industri.

Pengaruh Rasio Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa variabel rasio aktivitas yang diukur melalui *Total Asset Turnover* (TATO) tidak berkontribusi signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di BEI selama periode 2017–2023. Temuan ini menunjukkan bahwa efisiensi perputaran aset yang tinggi belum tentu berdampak langsung pada peningkatan nilai perusahaan. Meskipun perusahaan dalam sub sektor ini umumnya memiliki siklus penjualan yang cepat dan volume penjualan tinggi—karena bergerak di bidang produk kebutuhan harian seperti sabun, deterjen, dan pasta gigi—namun margin keuntungan yang diperoleh cenderung

rendah. Persaingan yang ketat dan strategi harga yang kompetitif menyebabkan tingginya pendapatan belum tentu sejalan dengan peningkatan laba yang signifikan.

Selain itu, sebagian besar perusahaan dalam sektor ini juga memiliki struktur aset tetap yang besar, seperti pabrik dan peralatan produksi. Fluktuasi nilai total aset yang terjadi justru dapat memengaruhi nilai TATO tanpa benar-benar mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya.

Dalam perspektif *Signalling Theory*, efisiensi operasional seperti rasio aktivitas dapat menjadi sinyal bagi investor. Namun, dalam konteks industri *Nondurable Household Products*, sinyal dari TATO belum cukup kuat untuk memengaruhi persepsi pasar. Investor cenderung lebih memfokuskan perhatian pada indikator keuangan yang secara langsung mencerminkan profitabilitas dan potensi pertumbuhan, seperti laba bersih atau *Return on Equity* (ROE). Oleh karena itu, peningkatan TATO tidak secara otomatis membuat perusahaan lebih menarik di mata investor maupun meningkatkan nilai pasarnya.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Nurdiyana & Nur (2021), yang menyimpulkan bahwa TATO tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor barang konsumsi, karena tingginya perputaran aset belum tentu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Demikian pula, Fortuna (2023) menemukan bahwa efisiensi perputaran aset tidak memberikan dampak yang berarti terhadap nilai perusahaan, karena peningkatan TATO tidak selalu diikuti oleh perbaikan kinerja keuangan secara keseluruhan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa efisiensi penggunaan aset bukanlah faktor utama penentu nilai perusahaan dalam industri ini, melainkan hanya salah satu dari berbagai aspek yang menjadi pertimbangan investor.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *Nondurable Household Products* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017–2023. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun terjadi peningkatan aset, hal tersebut tidak serta-merta berdampak pada peningkatan nilai perusahaan jika tidak disertai dengan perbaikan efisiensi atau profitabilitas.

Karakteristik operasional sub sektor ini yang cenderung stabil dan padat menyebabkan penambahan aset lebih banyak digunakan untuk mempertahankan kapasitas produksi daripada sebagai strategi ekspansi yang mampu memberikan nilai tambah dalam jangka pendek. Dalam perspektif *Signalling Theory*, pertumbuhan perusahaan yang kuat seharusnya menjadi sinyal positif bagi investor karena mencerminkan prospek usaha yang berkelanjutan. Pertumbuhan aset yang tercermin dari rasio *Total Asset Growth* (TAG) diharapkan menunjukkan peningkatan kapasitas dan skala operasional. Namun, apabila pertumbuhan ini tidak diiringi dengan peningkatan efisiensi operasional atau profitabilitas, maka sinyal tersebut menjadi lemah atau bahkan dapat ditafsirkan negatif oleh investor.

Temuan ini sejalan dengan studi Permatasari dan Anwar (2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan aset tidak selalu mencerminkan kinerja keuangan yang solid, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian serupa oleh Fortuna (2023) juga menunjukkan bahwa *Total Asset Growth* (TAG) tidak memberikan dampak berarti terhadap nilai perusahaan, karena pertumbuhan aset sering kali diikuti oleh peningkatan biaya, seperti penyusutan dan perawatan, tanpa adanya pertumbuhan laba yang signifikan.

Dengan demikian, meskipun pertumbuhan aset merupakan indikator penting dalam ekspansi, dalam konteks sub sektor *Nondurable Household Products*, hal tersebut belum menjadi faktor utama yang

dipertimbangkan investor dalam menilai nilai perusahaan. Investor cenderung lebih memperhatikan indikator yang secara langsung mencerminkan efektivitas pengelolaan dan tingkat profitabilitas perusahaan, dibandingkan sekadar melihat seberapa besar aset perusahaan bertumbuh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis terhadap perusahaan sub sektor *Nondurable Household Products* yang tercatat di BEI periode 2017–2023, disimpulkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROE berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari modal sendiri menjadi perhatian utama investor. Sebaliknya, rasio aktivitas (TATO) dan pertumbuhan perusahaan (TAG) tidak menunjukkan kontribusi signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa efisiensi penggunaan aset dan pertumbuhan aset belum menjadi fokus utama investor tanpa diiringi kinerja keuangan yang baik. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah sampel yang terbatas, sehingga hasilnya belum sepenuhnya mewakili seluruh populasi sub sektor ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel keuangan seperti struktur modal dan arus kas, serta faktor non-keuangan seperti tata kelola, merek, dan inovasi. Cakupan penelitian juga dapat diperluas ke sektor industri lain guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, L., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estat yang Terdaftar di BEI. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 1251–1267. www.idx.co.id
- Aprilianda, E. N., & Nur, D. I. (2023). Dampak Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3259–3270. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.3805>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Essentials Of Financial Management*. Cengage Learning Asia Pte Ltd.
- Diana, W., & Munandar, A. (2023). The Effect of Company Size, Capital Structure, and Profitability on Company Value Moderated by Dividend Policy. *International Journal of Economics Development Research*, 4(3), 2023–1438.
- Eddyelly. (2024). *Daftar Sektor IDX Industrial Classification*. <https://www.eddyelly.com/2024/01/daftar-sektor-idx-industrial.html>
- Ferdyansyah, M. D., & Suwaidi, R. A. (2023). Faktor Fundamental Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas, Dan Transportasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7349–7356. <http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Fitriana, A. (2024). *Analisis Laporan Keuangan*. CV. Malik Rizki Amanah.

- Fortuna, M. D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, *Total Assets Turnover*, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia. *Bisma*, 8(3), 587–598.
- Kompas. (2024). *Tren Generasi Z dan Milenial Berbelanja Kosmetik*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2024/08/07/tren-generasi-z-dan-milenial-berbelanja-kosmetik>
- Mariani, D., & Suryani. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Sosial dan Kinerja Lingkungan sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1).
- Permatasari, S. A., & Anwar, M. (2022). Kepemilikan Manajerial sebagai Moderasi Pengaruh Profitabilitas serta Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Semarak*, 5(1), 19–27.
- Pristi, A. H., & Anwar, M. (2022). Analisis Profitabilitas Dan Pertumbuhan Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Nilai Perusahaan. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 31–42.
- Rachmaningtyas, D., & Yuniningsih. (2024). The Influence of Leverage, Activity Ratio and Dividend Policy on Company Value with Bank Interest Rates as a Moderating Variable in Banking Sector Companies. *Social Science and Humanities Journal*, 8(11), 5867–5880. <https://doi.org/10.18535/sshj.v8i11.1454>
- Rahmadanti, N. N., & Suwaidi, R. A. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Nilai Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 233–246. www.idx.co.id
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (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*, 7(1), 67–82.
- Safira, D. N., & Suwaidi, R. A. (2023). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi di Bursa Efek Indonesia*.
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(2), 1597–1609. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.795>
- Savitri, A. A., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis Nilai Perusahaan Sektor Properties dan Real Estate di BEI. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(3), 1526–1537. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1201>
- Sriwardany. (2006). Pengaruh Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Textile dan Garment Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 11, Issue 2). Universitas Sumatera Utara.

- Suastra, N. L. A. G. T. D., Widnyana, I. W., & Tahu, G. P. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMAS*, 4(10).
- Susilo, A. S., & Nur, D. I. (2021). Analisis Nilai Perusahaan pada Sektor Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 01(1), 170–180. <http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI>
- Syahniar, E. N., & Wikartika, I. (2024). Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan Moderasi Ukuran Perusahaan pada Sektor Healthcare di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1042–1050. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1347>
- Ukhriyawati, C. F., & Dewi, R. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di BEI. *EQUILIBIRIA*, 6(1).
- Wardiyah, M. L. (2017). *Manajemen Pasar Uang & Pasar Modal*. CV Pustaka Setia.
- Wijaya, M. F., & Nur, D. I. (2022). Analisis Nilai Perusahaan pada Perusahaan Textile dan Garmen yang terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 6(2), 24. <http://ejournal.unikama.ac.id>
- Yuniningsih, Hasna, N. A., Wajdi, B. N., & Widodo, S. (2018). Financial Performance Measurement Of With Signaling Theory Review On Automotive Companies Listed In Indonesia Stock Exchange Financial Performance Measurement Of With Signaling Theory Review On Automotive Companies Listed In Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 1(2). www.idx.co.id