



NILAI PERUSAHAAN PADA INDUSTRI MOBIL DI BURSA EFEK CHINA: DITINJAU DARI CURRENT RATIO, PERTUMBUHAN, UKURAN PERUSAHAAN DAN ROE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Pang Hao¹, Hery Krisnandi²

^{1,2}Pasca Sarjana Universitas Nasional Jakarta

History Article

Article history:

Received April 30, 2023
Approved Mei 15, 2023

Keywords:

Current Ratio,
Company Growth,
Company Size,
Company Value,
ROE

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Liquidity, Company Growth and Company Size on Firm Value with Profitability as an intervening variable in the Car Industry on the China Stock Exchange in 2017-2021. This research is quantitative descriptive. Data analysis used a path test with structural equation modeling (SEM) with the partial least squares (PLS) method and 2023 SmartPLS Program. The results showed that: (1) Current ratio has no direct significant effect on firm value, (2) Company growth has a direct significant effect on firm value, (3) Company size has no direct significant effect on firm value, (4) ROE has a direct significant effect on firm value (5) Current ratio has a direct significant effect on ROE, (6) Company growth has no direct significant effect on ROE, (7) Company size has a direct significant effect on ROE, (8) ROE does not mediate significant effect between the current ratio and firm value, (9) Company ROE does not mediate a significant effect between firm growth and firm value, (10) ROE does not mediate a significant effect between firm size and firm value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening pada Industri Mobil di Bursa Efek China Tahun 2017-2021". Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Analisis data menggunakan uji jalur dengan SEM metode partial least squares (PLS) dan 2023 Smart PLS 3.3.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Current ratio tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap nilai perusahaan, (2) Pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan secara

langsung terhadap nilai perusahaan, (3) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap nilai perusahaan, (4) ROE berpengaruh signifikan secara langsung terhadap nilai perusahaan (5) Current ratio berpengaruh signifikan secara langsung terhadap ROE, (6) Pertumbuhan perusahaan berpengaruh tidak signifikan secara langsung terhadap ROE, (7) Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap ROE,(8)ROE tidak memediasi pengaruh yang signifikan antara current ratio dan nilai perusahaan,(9) ROE perusahaan tidak memediasi pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan,(10)ROE tidak memediasi pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

© 2020 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: panghaonick@gmail.com

PENDAHULUAN

Go Public (Emiten) merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan tambahan dana dalam rangka pengembangan dana yang diperoleh perusahaan. Go public digunakan untuk keperluan ekspansi dan untuk pelunasan hutang yang diharapkan akan dapat meningkatkan posisi keuangan perusahaan. Go Public dimaksudkan untuk memperkuat likuiditas aset dan untuk memperkuat efisiensi penggunaan dana yang terkumpul. Selain itu, dalam go publik dilaksanakan proses penjualan saham perusahaan kepada masyarakat oleh pemegang saham secara pribadi.

Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi tingkat pengembalian investor dan semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Besarnya hasil perhitungan PBV menunjukkan perbandingan antara kinerja saham perusahaan di pasar saham dengan nilai bukunya (Noviani et al., 2019). Perusahaan dengan tingkat pengembalian ekuitas relatif tinggi biasanya memiliki harga pasar saham yang lebih besar dari nilai bukunya dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat pengembalian atas ekuitasnya rendah. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan PBV tinggi, membuktikan bahwa perusahaan memiliki prospek kerja yang baik dimasa yang akan datang (A. M. Yudha et al., 2022).

Nilai perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan seorang investor akan membeli saham perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin tinggi pula harga saham yang di tawarkan dan semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula tingkat pengembalian investor (Noviani et al., 2019). Hal ini membuktikan bahwa nilai perusahaan yang di miliki akan menggambarkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan di pengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya likuiditas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan. Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan ketika jatuh tempo (Kariyoto, 2017). Tingkat likuiditas yang tinggi membuat perusahaan mampu menyelesaikan kewajiban jangka pendek dengan tepat waktu. Selain itu, tingkat

likuiditas akan menunjukkan kualitas perusahaan yang lebih baik di mata investor dan kreditur. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik.

Faktor lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor internal tambahan yang dapat menentukan nilai perusahaan. Dalam signaling theory menyatakan bahwa perusahaan yang besar memberikan sinyal yang baik bagi investor, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Cheryta et al., 2017). Perusahaan besar akan memiliki kekuatan finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja, namun perusahaan juga akan dihadapkan pada masalah keagenan yang lebih besar. Penelitian Shofwatul (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan yang memiliki aset besar akan lebih mendapatkan perhatian masyarakat. Namun, perusahaan harus lebih teliti dalam melakukan pelaporan keuangan agar stabilitas kinerja keuangan perusahaan tetap stabil. Oleh karena itu, dalam mencapai pelaporan keuangan yang baik, perusahaan harus berupaya meningkatkan kinerja dari seluruh lini perusahaan (Bukhari, 2012). Ketika seluruh lini perusahaan mencapai kinerja yang maksimal, tentu saja kondisi pelaporan keuangan perusahaan juga akan baik. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. (Sartono, 2015). Profitabilitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan dengan profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga memicu investor untuk berperan serta meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham oleh investor akan menyebabkan nilai perusahaan terus meningkat. Disisi lain, profitabilitas juga bisa menurunkan nilai perusahaan dikarenakan dalam meningkatkan profitabilitas, perusahaan akan meningkatkan kegiatan operasionalnya sehingga biaya yang dikeluarkan juga akan meningkat (Umi Mardiyati, Gatot Nazir Ahmad, 2012).

Perusahaan mobil memiliki peran vital di dalam pertumbuhan dan perkembangan nasional, salah satunya perusahaan mobil China. Perusahaan mobil China menguasai panggung global sektor mobil di dunia. Data laporan keuangan global menyatakan bahwa pada tahun 2021, mobil asal China menempati urutan pertama. Hal ini menunjukkan bahwa industri mobil China semakin berkembang di industri otomotif dunia. Meskipun skala produksi dan penjualan mobil China menempati urutan pertama di dunia, lebih dari 60% pangsa pasar ditempati oleh merek usaha patungan. Pada tahun 2021, produksi dan penjualan mobil China masing-masing akan menjadi 26,082 juta dan 26,275 juta, peningkatan tahun-ke-tahun sebesar 3,4% dan 3,8%, mengakhiri penurunan tiga tahun berturut-turut sejak 2018, tetapi produksi akan berkurang sekitar 2 juta karena kekurangan chip. Disebabkan melemahnya permintaan di Eropa dan China, dua pasar mobil terbesar, produksi mobil China turun selama dua tahun berturut-turut sejak 2017, dan turun menjadi 25,72 juta unit pada 2019. Pada tahun 2020, industri otomotif akan terpengaruh oleh epidemi global, dan produksi mobil menurun tajam menjadi 25,23 juta kendaraan.

Memasuki tahun 2021, dengan normalisasi langkah-langkah pencegahan dan pengendalian epidemi dalam dan luar negeri, produksi mobil China mulai pulih menjadi 26,08 juta kendaraan, meningkat dari tahun ke tahun sebesar 3,37%. Dari segi penjualan,

penjualan mobil China pertama kali meningkat kemudian menurun dari tahun 2016 ke 2019. Di awal tahun 2020, pandemi Covid-19 berdampak besar pada industri otomotif, dan penjualan mobil turun hingga minimal 25,31 juta kendaraan. Setelah tahun 2020, penjualan mobil akan terus tumbuh. Pada tahun 2021, penjualan mobil akan mencapai 26,28 juta, menempati peringkat pertama di dunia. Diperkirakan penjualan mobil China akan mencapai 27,18 juta pada tahun 2022. Saat ini, produksi dan penjualan mobil China sudah mencapai tingkat yang sangat tinggi, dan kelak di masa depan, laju pertumbuhan pasar industri mobil China akan mulai melambat pada tahun 2022.

METODE PENELITIAN

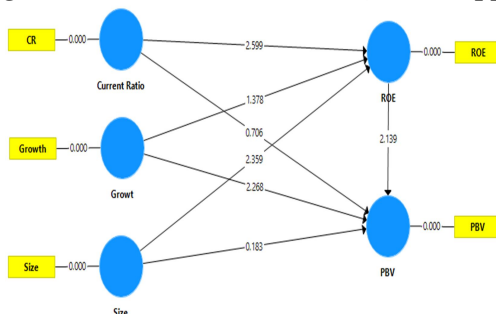
Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kuantitatif, pengujian hipotesis menggunakan metode analisis verifikatif. Metode analisis verifikatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis jalur (path analysis), dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) dan 2023 SmartPLS 3.3.3. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan mobil yang terdaftar di Bursa Efek China periode 2017 – 2021. Sampel dalam penelitian ini diperoleh menggunakan metode purposive sampling. Metode purposive sampling merupakan pengambilan sampel penelitian berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Berikut merupakan kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini, antara lain perusahaan mobil terdaftar di Bursa Efek China, Perusahaan tersebut memiliki laporan keuangan dan catatan atas laporan keuangan selama periode tahun 2017 – 2021 dan perusahaan menampilkan data dan informasi yang digunakan untuk menganalisis setiap proksi variabel periode tahun 2017-2021.

Variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai atau mempunyai nilai yang bervariasi, yaitu suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati atau diukur yang memiliki nilai berbeda (Silaen, 2018). Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel, yaitu variabel endogen, variabel eksogen dan variabel intervening. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan publik ditentukan oleh pasar saham. Nilai perusahaan yang sahamnya tidak diperdagangkan kepada publik juga sangat dipengaruhi oleh pasar. Likuiditas adalah kemampuan untuk memenuhi seluruh kewajiban yang harus dilunasi segera dalam waktu yang singkat. Sebuah perusahaan dikatakan likuid apabila mempunyai alat pembayaran berupa harta lancar yang lebih besar dibandingkan dengan seluruh kewajibannya (liquidity).

Menurut Safrida (2008), pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan perubahan total aktiva. Pertumbuhan perusahaan adalah selisih total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aktiva periode sebelumnya. Ukuran Perusahaan (X3) dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Suharli, 2006). Variabel intervening merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel endogen dan eksogen baik secara langsung maupun tidak langsung (Sugiyono, 2019). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Rasio profitabilitas menghitung kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 1.
Diagram Jalur Nilai T-Statistik (Bootstrapping)



Sumber: hasil olah 2023 (Output SmartPLS 3.3.3)

Tabel 1
Uji Hipotesis

	Original Sample	T Statistics	P Values	Keterangan
<i>Direct Effect</i>				
Current Ratio -> PBV	0,031	0,706	0,481	Tidak Signifikan
Growt -> PBV	0,705	2,268	0,024	Signifikan
Size -> PBV	0,014	0,183	0,855	Tidak Signifikan
ROE -> PBV	-0,336	2,139	0,033	Signifikan
Current Ratio -> ROE	0,158	2,599	0,010	Signifikan
Growt -> ROE	0,161	1,378	0,169	Tidak Signifikan
Size -> ROE	0,165	2,359	0,019	Signifikan
<i>Indirect Effect</i>				
Current Ratio -> ROE -> PBV	-0,053	1,884	0,060	Tidak Signifikan
Growt -> ROE -> PBV	-0,054	0,876	0,381	Tidak Signifikan
Size -> ROE -> PBV	-0,055	1,466	0,143	Tidak Signifikan

Sumber: hasil olah 2023 (Output SmartPLS 3.3.3)

Pengaruh Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,031, diketahui pula nilai t-statistic sebesar 0,706 nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel 1,96, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar 0,481 > tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan current ratio terhadap nilai perusahaan dapat ditolak, atau H1 ditolak. Hasil penelitian Iman (2021), Sudiani et al (2016), Sukarya et al (2019), Putra et al (2016), Du et al (2016) dan Uli et al (2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian Manurung (2016) dan Lumery et al (2018) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai likuiditas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki nilai likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Likuiditas perusahaan merepresentasikan tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Hal tersebut memberikan signal positif bagi para investornya. Dalam teori sinyal, likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang akan jatuh tempo. Perusahaan yang semakin besar memiliki likuiditas yang semakin besar yang berarti memiliki aset lancar yang lebih untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Dengan semakin baik likuiditas perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut sanggup dalam membayarkan hutang yang akan jatuh tempo dan perusahaan tersebut

akan dipandang baik oleh investor sehingga banyak investor yang menanamkan saham di perusahaan tersebut, menjadikan harga saham perusahaan meningkat maka nilai perusahaan tersebut akan meningkat.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,705, diketahui pula nilai t-statistic sebesar 2,268 nilai tersebut lebih besar t-tabel 1,96, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar 0,024 < tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat diterima, atau H2 diterima. Penelitian Saputri (2021) dan Karuni (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Tumangkeng (2018) dan Suryandani (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian Swardika (2017), Novitasari (2021), Anggara et al (2019), Adfentari et al (2020) dan Fajriah et al (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Jika pertumbuhan perusahaan meningkat maka akan menurunkan nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin cepat pertumbuhan perusahaan akan mengakibatkan penurunan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi apabila semakin cepat pertumbuhan perusahaan maka semakin besar pula dana yang harus tersedia untuk investasi perusahaan, baik dana yang bersumber dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Pada posisi tersebut perusahaan telah berada dalam kondisi perkembangan yang lebih membutuhkan pendanaan sehingga laba yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan akan digunakan untuk investasi kembali bukan untuk pembayaran dividen kepada para investor (Swardika, 2017). Kegiatan tersebut akan mendapat respon negatif dari pihak pemegang saham yang mengakibatkan menurunnya penawaran saham perusahaan di pasar modal.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,014, diketahui pula nilai t-statistic sebesar 0,183 nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel 1,96, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar 0,855 > tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat ditolak, atau H3 ditolak. Penelitian Vernando (2020), Dewantari et al (2019) dan Novari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Kalbuana et al (2021), Yohana et al (2021), Languju (2016), Tui et al (2017) dan Irawan (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negative terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian Suryandani (2018) dan Suryana (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Besar kecilnya ukuran perusahaan belum tentu mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan dinilai dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan untuk kegiatan operasionalnya, semakin besar ukuran perusahaan akan semakin besar pula dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasionalnya (Suryadani, 2018). Perusahaan akan memperoleh sumber dana yang salah satunya berasal dari hutang pada pihak eksternal perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan akan semakin besar pula hutangnya. Penarikan hutang yang dilakukan perusahaan besar seharusnya mampu membuat perusahaan memperoleh pengembalian berupa aset yang besar pula. Aset yang dijadikan jaminan untuk memperoleh hutang nilainya lebih besar daripada pengembalian aset yang diterima perusahaan. Hal tersebut menunjukkan kurang solvabilitasnya antara aset dan hutang yang menimbulkan kekhawatiran bagi para investor, sehingga semakin

tingginya risiko dalam perusahaan dianggap dapat memperbesar potensi terjadinya kebangkrutan (Amalia, 2015).

Pengaruh ROE Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar -0,336, diketahui pula nilai t-statistic sebesar 2,139 nilai tersebut lebih besar t-tabel 1,96, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar 0,031 < tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan ROE terhadap nilai perusahaan dapat diterima, atau H4 diterima. Hasil penelitian Sadewo et al (2022), Nur (2019), Zuhroh (2019), Jihadi et al (2021), Kalbuana et al (2020), Pratiwi et al (2020) dan Regia et al (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian Tarima et al (2019) dan Sondakh (2019) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas bagi perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam penggunaan modal kerja tertentu untuk menghasilkan laba tertentu sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam mengembalikan utang- utangnya baik utang jangka pendek maupun utang jangka panjang serta pembayaran dividen bagi para investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Harun, 2018). Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan maka semakin besar tingkat pembayaran dividen yang dibagikan kepada pemegang saham sehingga dapat memicu kenaikan permintaan saham. Hal ini sejalan dengan teori sinyal (Signalling Theory) yang dikemukakan oleh Brigham dan Houston (2014) yaitu, signalling theory merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa mendatang.

Pengaruh Current Ratio Terhadap ROE

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,158, diketahui pula nilai t-statistic sebesar 2,599 nilai tersebut lebih besar t-tabel 1,96, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar 0,010 < tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan current ratio terhadap ROE dapat diterima, atau H5 diterima. Hasil penelitian Lazuardy (2016), Supatmin (2021), Rinofah et al (2022) dan Sari (2017) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan, penelitian Fitriana et al (2022), Simurat (2017), Prinjantoro et al (2022), Kusumawati et al (2022) dan Puspitasari (2019) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Adanya hubungan antara likuiditas dan profitabilitas ditunjukkan apabila aktiva lancar meningkat maka profitabilitas maupun risiko yang dihadapi akan menurun. Sebaliknya, apabila aktiva lancar mengalami penurunan maka profitabilitas maupun resiko yang dihadapi akan meningkat. Sedangkan semakin meningkatnya utang lancar maka profitabilitas semakin meningkat. Sebaliknya, semakin menurunnya utang lancar maka profitabilitas juga akan semakin menurun.

Rasio likuiditas yang tidak mempengaruhi rasio profitabilitas karena adanya pergerakan data pada perusahaan tiap tahunnya. Ada perusahaan yang mempunyai nilai likuiditas tinggi sehingga terjadi kesenjangan yang cukup tinggi antar perusahaan tiap tahunnya (Kusumawati, 2022). Oleh karena itu, perusahaan harus lebih memperhatikan tingkat likuiditas yang dicapai, perusahaan juga harus mampu menjaga kecukupan antara aset lancar dengan kewajiban lancar yang dimiliki perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap ROE

Pertumbuhan perusahaan adalah salah satu rasio yang digunakan untuk menggambarkan persentase tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan pada setiap tahunnya. Rasio pertumbuhan perusahaan ini dapat terdiri dari kenaikan penjualan, kenaikan laba bersih, earning per share, dan kenaikan dividen per share (Andayani, 2020). Hasil

pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,161, diketahui pula nilai t-statistic sebesar 1,378 nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel 1,96, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar 0,169 > tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan pertumbuhan perusahaan terhadap ROE dapat ditolak, atau H6 ditolak.

Penelitian Indomo (2019), Sunarto (2009), Hutabarat (2021) dan Rahmah (2021) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian Amelia (2019), Veronica (2021) dan Andayani et al (2020) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Setiap peningkatan yang terjadi pada pertumbuhan perusahaan juga akan menaikkan rasio profitabilitas. Pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi rasio profitabilitas melalui aset yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap produktivitas dan efisiensi perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada nilai perusahaan (Andayani, 2020). Pertumbuhan perusahaan merupakan suatu tujuan yang sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal suatu perusahaan karena memberikan dampak yang baik bagi perusahaan maupun pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan seperti investor, kreditur dan para pemegang saham (Sari, 2016). Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang baik menjadi signal bagi perkembangan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah suatu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap ROE

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,165, diketahui pula nilai t-statistic sebesar 2,359 nilai tersebut lebih besar t-tabel 1,96, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar 0,019 < tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap ROE dapat diterima, atau H7 diterima. Penelitian Rinofah (2022), Sunarto (2009), Kinesti et al (2020) dan Mulyani (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian Indomo (2019), Nainggolan (2022), Putra (2020) dan Veronica (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan merupakan faktor utama dalam menentukan profitabilitas dari suatu perusahaan. Semakin besar tingkat profitabilitas akan membuat harga pasar saham suatu perusahaan meningkat, sehingga nilai perusahaan juga akan ikut meningkat dan semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan perusahaan agar mengoptimalkan nilai perusahaan (Nainggolan, 2022).

Secara teoritis, perusahaan yang ukurannya relatif besar, kecenderungan penggunaan dana eksternal juga semakin besar. Hal ini disebabkan kebutuhan dana juga semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan. Sesuai dengan teori trade off dimana perusahaan dengan skala yang besar sebaiknya mengoptimalkan penggunaan utang yang tinggi sesuai dengan kemampuannya dalam mendiversifikasi risiko dan dalam mengambil manfaat penghematan pajak dalam pembayaran bunga atas utang yang digunakan perusahaan (Maria, 2019). Namun, perusahaan yang besar akan lebih mudah memperoleh modal dari pihak kreditor (Bank) dibanding dengan perusahaan kecil, karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula (Sartono, 2010). Akibatnya akan semakin tinggi pula dana yang dibutuhkan untuk membiayai kebutuhan perusahaan sehingga kecenderungan penggunaan modal asing juga akan semakin meningkat.

Pengaruh Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Melalui ROE

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar $-0,053$, diketahui pula nilai t-statistic sebesar $0,1884$ nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel $1,96$, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar $0,060 >$ tingkat signifikansi $0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan current ratio terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh ROE dapat ditolak, atau H8 ditolak. Semakin tinggi nilai current ratio perusahaan yang diatas titik normal justru akan menurunkan nilai perusahaan karena adanya asset atau kas yang tidak digunakan dan tidak dimanfaatkan oleh manajemen perusahaan dalam kegiatan operasionalnya (Febriani, 2020). Hasil penelitian Hasania (2016), Ardiana (2018) dan Uli (2020) yang menemukan likuiditas dengan current ratio berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu seorang investor dalam melakukan investasi tidak memperhatikan faktor likuiditas yang dimiliki perusahaan karena rasio ini hanya menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menutup hutang jangka pendek perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui ROE

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar $-0,054$, diketahui pula nilai t-statistic sebesar $0,876$ nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel $1,96$, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar $0,381 >$ tingkat signifikansi $0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh ROE dapat ditolak, atau H9 ditolak. Besarnya aset perusahaan maka dapat meningkatkan profit yang dihasilkan karena melimpahnya sumber daya yang dimiliki. ROE yang tinggi akan menambah kepercayaan investor sehingga dapat menaikkan harga saham perusahaan. Dengan demikian secara tidak langsung ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui profitabilitas (Uli, 2018). Penelitian Uli (2018), Amelia (2019) dan Kelana (2020) memberikan hasil bahwa pertumbuhan perusahaan dengan profitabilitas sebagai intervening tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya profitabilitas belum mampu memoderasi hubungan antara pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan secara signifikan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui ROE

Hasil pengujian hipotesis yang ditampilkan pada tabel 4.11 menunjukkan nilai path coefficient sebesar $-0,055$, diketahui pula nilai t-statistic sebesar $1,466$ nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel $1,96$, sedangkan pada p-value didapatkan nilai sebesar $0,143 >$ tingkat signifikansi $0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh ROE dapat ditolak, atau H10 ditolak. Penelitian Suryani (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dengan profitabilitas sebagai intervening tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya profitabilitas belum mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara signifikan.

Hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan secara teoritis dijelaskan dengan signaling theory bahwa perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga ukuran perusahaan mampu memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan (Nuraina, 2012). Hal yang sama diungkapkan Nurhayati (2013) berlandaskan signaling theory yang menjelaskan bahwa perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal sehingga kemampuan untuk mendapatkan dana akan lebih mudah, adanya kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan current ratio tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap nilai perusahaan. ROE berpengaruh signifikan secara langsung terhadap nilai perusahaan. Current ratio berpengaruh signifikan secara langsung terhadap ROE. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh tidak signifikan secara langsung terhadap ROE. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap ROE. ROE tidak memediasi pengaruh yang signifikan antara current ratio dan nilai perusahaan. ROE perusahaan tidak memediasi pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan. ROE tidak memediasi pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan sampel lain, tidak hanya Perusahaan Mobil terdaftar di Bursa Efek Shenzhen namun juga perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek China, bias dilakukan dengan menambah jumlah periode penelitian sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal dan dapat menggambarkan kondisi perusahaan dalam jangka panjang, dan menggunakan variabel lainnya sehingga dapat mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dengan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini Nurwulandari. Hasanudin “Effect Of Liquidity, Profitability, Firm Size On Firm Value With Capital Structure As Intervening Variable.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol 4, Issue2, (2021), 257-271*”.
- Brigham, Eugene F., Dan Gapenski, Louis C. 1996. *Intermediate Finance Management (5th Edition)*. Harbor Drive: The Dryden Press.
- Bambang Riyanto. “Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan (Yogyakarta: BPFE,2001), Hal. 27”.
- Brigham, Eugene F And Ehrhardt, Michael C. 2009. *Financial Management: Theory And Practice (13th Edition)*. South-Western: Cengage Learning
- Cheryta, A. M., Moeljadi, & Indrawati, N. K. (2017). The Effect Of Leverage, Profitability, Information Asymmetry, Firm Size On Cash Holding And Firm Value Of Manufacturing Firms Listed At Indonesian Stock Exchange. *International Journal Of Research In Business Studies And Management*, 4(4), 21–31.
- Fahmi Irham. (2011). *Analisis Kinerja Keuangan, Panduan Bagi Akademisi, Manajer*. Bandung : CV Alfabeta, X, 81.
- Fachrudin, Khaira Amalia. “Analisis Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Agency Cost Terhadap Kinerja Perusahaan”, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol 13, No.1, Mei 2011.
- Fauziridwan M, Adawiyah W R, Ahmad A A. Pengaruh Employee Engagement Dan Kepuasan Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Serta Dampaknya Terhadap Turnover Intention[J]. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2018, 20(1).
- Kusumajaya, Dewa Kadek Oka. “Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”, Universitas Udayana , Tesis, Tahun 2011.
- Pratheepkanth, Purwanenthiren. “Capital Structure And Financial Performance: Evidence From Selected Business Companies In Colombo Stock Exchange Sri

- Lanka". Journal Art, Science And Commerce. Vol 2, Issue-2 April 2011.
- Simon Oke Dan Afolabi Babatunde. "Capital Structure And Industrial Performance In Nigeria (1999-2007)". Journal International Business And Management, Vol 2, No 1, 2011.
- Shofwatul, Uyun. "Pengaruh Manajemen Risiko, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". Tesis, Universitas Airlangga, 2011.
- Suharli, Michell. 2006. "Studi Empiris Terhadap Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Go Public Di Indonesia. Jurnal Manajemen Akuntansi, Vol. 6 No. 1.
- Wachowicz, John M. Dan James C. Van Horne. 2007. Fundamental Of Financial Management. Alih Bahasa: Dewi Fitriyani Dan D. Arnos Kwary. Jakarta: Salemba Empat.
- Erna Ardiana, Mochammad Chabachib Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2012-2016) Volume 7, Nomor 2, Tahun 2018, Halaman 1-14
- Mandang E F, Lumanauw B, Walangitan M D B. Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Manado[J]. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2017, 5(3).
- Ni Putu Ira Kartika Dewi. "Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi.
- Kariyoto. (2017). Analisa Laporan Keuangan. Universitas Brawijaya Malang.
- Noviani, A. V., Atahau, A. D. R., & Robiyanto, R. (2019). Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Nilai Perusahaan: Efek Moderasi Good Corporate Governance. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 22(2), 391-415. <https://doi.org/10.24914/Jeb.V22i2.2601>
- Pratama S K. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Kosmetik Emina (Studi Pada Mahasiswa Stie Pgri Dewantara Jombang Angkatan 2016)[D]. Stie Pgri Dewantara Jombang, 2021.
- Sartono, A. (2015). Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE. In Revolusi Industri 4.0: Desain Perkembangan Transaksi Dan Sistem Akuntansi Keuangan.
- SRIWARDANY. (2006). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Struktur Modal Dan Dampaknya Terhadap Perubahan Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Tbk [UNIVERSITAS SUMATERA UTARA]. [Http://Repositori.Usu.Ac.Id/Handle/123456789/44281](http://Repositori.Usu.Ac.Id/Handle/123456789/44281)
- Umi Mardiyati, Gatot Nazir Ahmad, R. P. (2012). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2005-2010. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 3(1), 1-17.
- Wati C H S, Batlajery S. Faktor Keperilakuan Organisasi Terhadap Kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Dengan Konflik Kognitif Sebagai Variabel Intervening Di Kabupaten Merauke[M]. Universitas Musamus, 2015.
- Yudha, A. (2021). "The Effect Of Leverage, Liquidity, And Corporate Sosial

Responsibility On Company Value With Provitability As The Moderating Variable
Thesis Magester Universita Nasional”.

Yusuf I, Sartika D. Pengaruh Store Image Dan Private Label Image Serta Perceived
Quality Terhadap Purchase Intention Produk Private Label Alfamidi Di Kota
Samarinda[J]. Borneo Student Research (BSR), 2021, 3(1): 873-886.