

Pengaruh Cash Ratio dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Mufidah*, Ira Febrianti, R. Adisetiawan

Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

*Correspondence: mufidahjufri@gmail.com

Abstract. *This study examines the effect of the cash ratio, and profit growth on company value and see whether company size can moderate the cash ratio and profit growth on company value. This research takes as its object the companies that are members of the food and beverage industry listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017 - 2021 which have made consecutive profits. Based on the research results, the cash ratio does not affect company value, as well as profit growth does not affect company value. Apart from that, company size does not strengthen the relationship between the cash ratio, and profit growth on company value.*

Keywords : *cash ratio , profit growth, size, firm value*

PENDAHULUAN

Salah satu tujuan mendirikan perusahaan adalah memaksimalkan laba perusahaan dan juga untuk meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Para pemilik perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi oleh karena nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Seberapa pasar menghargai nilai saham suatu perusahaan dapat tergambarkan dari PBV (*Price to Book Value*). Semakin tinggi rasio PBV ini mempunyai arti pasar lebih percaya prospek perusahaan tersebut. Pertumbuhan laba perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan mempertahankan laba dalam mendanai kesempatan investasi di masa yang akan datang. Pertumbuhan laba yang tinggi dapat

mencerminkan pendapatan yang meningkat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Dengan naiknya nilai perusahaan tersebut maka investor dapat tertarik untuk investasi pada perusahaan tersebut.

Industri makanan dan minuman yang memperoleh laba secara terus menerus untuk periode tahun 2017-2021. Industri makanan dan minuman ini merupakan saham-saham yang paling bertahan terhadap krisis ekonomi di banding sektor lain (Bukit dan Adisetiawan, 2023). Oleh karena sektor ini memiliki pertumbuhan laba positif yang cukup signifikan pada lima tahun terakhir namun nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV mengalami kecenderungan menurun.

Tabel 1
Cash Rasio, Pertumbuhan Laba , Ukuran Perusahaan dan PBV

Variabel	Tahun					Rata- Rata
	2017	2018	2019	2020	2021	
Cash Rasio	1.07	0.98	1.17	1.27	0.96	1.09
Pertumbuhan Laba	(8.21)	5.58	43.36	47.81	88.47	35.40
Ukuran perusahaan	29.61	29.79	29.55	29.67	29.55	29.63
PBV	2.82	2.74	1.99	2.00	1.65	2.24

Sumber: data olahan

Tabel 1 menjelaskan rata-rata pertumbuhan laba selama 2017-2021 mengalami kenaikan dengan rata-rata yaitu 35,40 %. Namun hal ini tidak sebanding dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan rata-rata 2,24. Ini menunjukkan adanya indikasi bahwa pertumbuhan laba apakah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan ataukah tidak memberikan pengaruh,signifikan

oleh karena pada tahun 2020 dan 2021 masih berada pada masa pandemic covid dimana hampir semua sektor mengalami penurunan laba.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor, karena secara otomatis akan menguntungkan investor. Kemampuan

perusahaan yang cukup besar untuk menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga menumbuhkan kepercayaan pada investor (Nur, 2019). Penelitian Rice (2016) bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat atau memperlemah terhadap nilai perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

Landasan Teori Nilai Perusahaan

Pada penelitian ini nilai perusahaan diprosikan dengan *price to book value* (PBV) yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Perusahaan yang baik pada umumnya mempunyai rasio PBV diatas angka satu, ini menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar daripada nilai buku perusahaan. (Desiyanti et al., 2020)

Cash Rasio

Berdasarkan teori signaling dimana perusahaan yang mempunyai *cash ratio* yang besar berarti kemampuan perusahaan tersebut baik dalam melunasi hutang jangka pendeknya yang dimana dapat menaikkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa cash ratio adalah kemampuan perusahaan untuk mengembalikan hutang jangka pendeknya. Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *cash ratio*.

Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba merupakan kenaikan laba atau penurunan laba per tahun. Indikator perubahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah laba sebelum pajak (Desiyanti et al., 2020). Perusahaan yang memiliki laba yang relatif stabil dapat memprediksi besarnya estimasi laba di masa yang akan datang dan perusahaan ini biasanya akan membayar persentase yang lebih tinggi dari labanya sebagai deviden jika dibandingkan perusahaan dengan laba berfluktuasi (Agustina & Rice, 2016). Pertumbuhan laba dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena dengan komposisi laba yang

baik akan dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatnya nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (Size) menggambarkan besar kecilnya aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam menyediakan jumlah dan berbagai kapasitas produksi ataupun jasa (Nur, 2019). Ukuran perusahaan dianggap memiliki kemampuan untuk mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun external (Karundeng et al., 2017).

METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang termasuk dalam perusahaan yang termasuk dalam industri makanan dan minuman yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs www.idx.co.id dan annual report perusahaan yang diambil dari website masing-masing perusahaan. Populasi yang digunakan adalah emiten yang tergabung dalam industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan tahun 2017 sampai tahun 2021 yaitu 27 emiten. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang diambil menjadi sampel adalah perusahaan yang masuk dalam industri makanan dan minuman dan mendapatkan laba secara terus menerus selama periode tahun 2017-2021 yaitu 10 emiten.

Metode analisis data yang dilakukan pada penelitian ini meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan kemudian dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi pemoderasi (*moderating regression analysis*). *Moderating regression analysis* (MRA) merupakan teknik analisis yang bertujuan untuk menguji kuat lemahnya hubungan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi pemoderasi yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_{1it} + \beta_2 \cdot X_{2it} + \beta_3 M_{it} + \beta_4 \cdot [M \cdot X_1]_{it} + \beta_5 \cdot [M \cdot X_2]_{it} + e$$

Keterangan: X_1 = *cash ratio*; X_2 = pertumbuhan laba; Y = nilai perusahaan; M = ukuran perusahaan; α = konstanta; $\beta_1 - \beta_5$ = koefisien regresi; e : *error*

HASIL

Kolmogorov-Sminov (K-S) adalah salah satu uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil uji statistik pada Tabel 2

menunjukkan bahwa nilai *asyp.* 0.200. Jika nilai signifikansi lebih besar dari (> 0,05) maka dapat dikatakan bahwa data tersebut normal.

Tabel 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.4596048
	Std. Deviation	.48311931
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.074
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: data olahan

Model persamaan regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) digunakan uji auto

korelasi (Ghozali, 2014). Tabel 3 nilai durbin-watson didapatkan nilai sebesar 2.115. Model persamaan regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala autokorelasi .

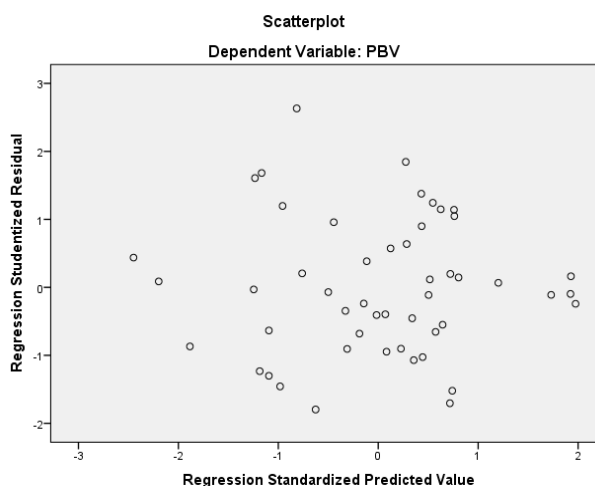
Tabel 3
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.546 ^a	.299	.219	.781366	2.115

Sumber: data olahan

Apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain digunakan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2014). Berdasarkan Gambar 1 menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak (tidak berpola) baik

di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi homoskedastisitas.



Sumber: data olahan

Gambar 1
Scatterplot

Tabel 4
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-3.932	2.355			-1.670	.102
X1	.018	.011		2.816	1.663	.103
X2	-.007	.037		-.859	-.197	.845
M	.141	.081		.363	1.753	.087
mo1	.000	.000		-2.656	-1.506	.139
mo2	.000	.001		.667	.153	.879

Sumber: data olahan

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan data panel pada Tabel 4 diperoleh model persamaan regresi : $Y_{it} = 3.932 + 0,018 X_{1it} - 0,007 X_{2it} + 0.141 X_{3it} + 0.00 X_{4it} + 0.00 X_{5it} + \mu$

Tabel 5
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11.437	5	2.287	3.747	.007 ^b
Residual	26.863	44	.611		
Total	38.300	49			

Sumber: data olahan

Tabel 5 menjelaskan tingkat probabilitas sebesar 0.007; maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Y (nilai perusahaan) atau dapat dikatakan *cash ratio*, pertumbuhan laba dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada emiten yang tergabung di industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Sementara nilai *R Square* yaitu sebesar 0.546. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh *cash ratio*, pertumbuhan laba dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 54,6% sedangkan sebesar 45,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Cash ratio berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hasil uji parsial variabel *cash ratio* tidak mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk X1 sebesar 0.103 yang lebih besar daripada 0.05 dan karena nilai t statistik > t tabel. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Zuliyana et al., (2023) dimana *cash ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Sofia & Farida (2019) yang menunjukkan bahwa *cash ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan Laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hasil uji parsial variabel pertumbuhan laba tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t statistic lebih kecil daripada t tabel. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Veronica (2021) yang menyatakan variabel pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Desiyanti et al. (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan laba perusahaan yang baik mencerminkan bahwa kondisi kinerja perusahaan juga baik, jika kondisi ekonomi baik pada umumnya pertumbuhan perusahaan baik. Pertumbuhan Laba merupakan tingkat pertumbuhan laba yang diukur dengan selisih antara jumlah laba dengan jumlah laba pada tahun sebelumnya. Jadi semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan, semakin besar kebutuhan akan dana untuk membiayai perusahaan. Kebutuhan dana di masa mendatang yang semakin besar tersebut menyebabkan harga saham perusahaan akan mengalami penurunan, sehingga nilai perusahaan juga mengalami penurunan.

Cash ratio berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi

Hasil uji parsial variabel cash ratio tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Hal ini dapat dilihat dari nilai t statistic lebih kecil daripada t tabel. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Marpaung (2019) dimana ukuran perusahaan dapat menjadi variabel moderasi hubungan antara leverage terhadap kualitas laba

Pertumbuhan Laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi

Hasil uji parsial variabel pertumbuhan laba tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Artinya pertumbuhan laba yang diperoleh perusahaan menurun bukan berarti kinerja perusahaan juga menurun. Hal tersebut juga membuat investor percaya terhadap perusahaan sehingga nilai perusahaan tetap tinggi meskipun pertumbuhan mengalami penurunan. Hal ini berarti, ketika investor mengambil keputusan berinvestasi pada perusahaan, investor tidak melihat laba dari perusahaan tersebut tetapi melihat faktor lain yang membuat investor berminat untuk berinvestasi pada perusahaan. Hal ini bertentangan dengan penelitian Alfian & Ghozali (2024) maka Stakeholder hanya fokus pada bagaimana perusahaan memperoleh keuntungan. Hal ini juga dimungkinkan karena pandemi Covid-19 dimana kondisi perekonomian sedang mengalami kontraksi. Hasil ini dapat menjadi catatan penting bagi pemangku kepentingan internal dan eksternal dalam mengelola perusahaan secara efisien. Selain itu, profitabilitas yang tinggi dapat menjamin peningkatan nilai intrinsik perusahaan. Namun pada perusahaan industry makanan dan minuman justru laba meningkat pesat (Putri dkk, 2021)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa Cash Ratio dan pertumbuhan laba mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial baik Cash ratio dan Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu Cash ratio dan Pertumbuhan laba juga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Banyak faktor lain yang dapat membuat peningkatan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak dapat memperkuat ataupun

memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen yang diformulasi di dalam model riset. Ukuran perusahaan lebih baik digunakan sebagai variabel kontrol yaitu variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi dengan tujuan untuk meredakan / meminimalkan kesalahan –kesalahan yang ada dalam suatu riset.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, & Rice, R. 2016. Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(1), 85–101.
- Alfian, C. B., & Ghozali, I. 2024. Influence Capital Structure, Policy Dividends, Profitability and Tax Avoidance on Intrinsic Firm Value. 5(1), 429–441.
- Bukit, P., Adisetiawan, R., 2023, Pengaruh Economic Value Added dan Market Value Added terhadap Tobin's Q dan Dampaknya terhadap Harga Saham pada Subsektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(2), 2380-2386
- Desiyanti, E., Kalbuana, N., Fauziah, S., & Sutadipraja, M. W. 2020. Pengaruh Pengungkapan CSR, Persistensi Laba dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan. *MALA'BI: Jurnal Manajemen Ekonomi STIE Yapman Majene*, 3(1), 1–5.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Karundeng, F., Nangoi, G. B., & Karamoy, H. 2017. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 8(2), 1–10.
- Marpaung, E. I. 2019. Pengaruh leverage, likuiditas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi terhadap kualitas laba.

Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing (JAFTA), 1(1), 1–14.

- Nur, T. 2019. Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(1), 58–76.
- Putri, HT., Masyuri, Ade., Adisetiawan, R., 2021, Pandemi Covid-19 dan Pengaruhnya terhadap Kebijakan Buyback Saham, *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 379-384
- Sofia, D. M., & Farida, L. 2019. Pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan pada sub sektor perdagangan besar yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2010-2014. *Jurnal Jom Fisip*, 4(2), 1–15.
- Veronica, T. 2021. Pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1–17.
- Zuliyana, S., Karyatun, S., Digdowiseiso, K., & Nasional, U. 2023. Analisis Cash Ratio, Debt To Equity Ratio, And Sales Growth On Company Value For Food And Beverage Companies During The 2015-2021 Period. 4(4).