



PENGARUH COMPANY SIZE, INVENTORY VALUE DAN PROFIT MARGIN TERHADAP VALUE OF THE COMPANY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2017-2021

Baru Harahap¹, Riesna Apramilda²

¹Program Studi S1 Akutansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ibnu Sina, Kota Batam
e-mail: baruharahap01@gmail.com, r.apramilda@gmail.com

Abstrak

Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa kesejahteraan pemegang saham perusahaan juga tinggi. Pemegang saham dan kekayaan perusahaan disajikan oleh harga pasar saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset yang dibuat oleh pemegang saham dengan manajemen untuk memaksimalkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan tingkat pertumbuhan perusahaan, untuk mempertahankan posisi perusahaan. Ukuran Perusahaan, Nilai Persediaan, dan Margin Laba, dianggap mempengaruhi Nilai Perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan, Nilai Persediaan, dan Margin Laba sebagai variabel bebas dan Nilai Perusahaan sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari Laporan Keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel (X1) adalah ukuran perusahaan yang terlibat dalam nilai perusahaan. Variabel (X2) Nilai Persediaan yang mempengaruhi Nilai Perusahaan. Variabel (X3) Profit Margin yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Kata kunci: Ukuran Perusahaan, Nilai Persediaan, Margin Laba, dan Nilai Perusahaan.

1. Pendahuluan

Dunia bisnis yang semakin kompetitif mengharuskan perusahaan semakin bekerja keras untuk meningkatkan *Value of The Company* dimata investor. Perusahaan yang *go public* juga ingin mendapatkan keuntungan agar perusahaannya belangsung lama. Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Banyak perusahaan industri menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur. Persaingan dalam industri manufaktur tersebut membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai (Sianturi dkk, 2019).

Dalam mendirikan suatu perusahaan, perusahaan sangat membutuhkan para investor maupun calon investor dalam berinvestasi. untuk bertujuan menginvestasi para investor ataupun calon investor harus melakukan pengumpulan informasi ataupun data sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan investasi di pasar modal. Informasi yang dilihat adalah harga saham yang termasuk dalam informasi baru sumber tersebut bisa dilihat dari laporan keuangan setiap perusahaan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia yang laporan keuangannya setiap tahunnya sudah dipublikasikan (Minanari, 2018).

Persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur mendorong perusahaan-perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerja perusahaan masing-masing. Tujuan utama perusahaan meningkatkan kinerjanya adalah untuk memaksimalkan kemakmuran

pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan *Value of The Company*. *Value of The Company* mencerminkan keadaan perusahaan saat ini serta dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang, sehingga *Value of The Company* dianggap mampu mempengaruhi penilaian para investor terhadap perusahaan (Yanti dan Putu, 2019).

Dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi, investor memerlukan informasi tentang penilaian saham. Investor harus memiliki pengetahuan tentang penilaian saham karena dapat membantu investor untuk mengetahui mana saja saham yang sedang mengalami pertumbuhan (growth). Adapun jenis penilaian yang berhubungan dengan saham yaitu nilai buku (*book value*), nilai pasar (*market value*), dan nilai intrinsik (*intristic value*). Salah satu pendekatan saham menentukan nilai instrinsik saham adalah *price book value* (PBV) (Fauzi dan Rosyeni, 2019).

Bagi perusahaan *Go Public*, *Value of The Company* sangat penting dalam menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Pihak manajemen dalam hal meningkatkan *Value of The Company* dapat menimbulkan konflik antara manajer dan pemilik perusahaan yang biasa disebut dengan *agency problem*. Manajer perusahaan selaku pihak manajemen, memiliki kepentingan tersendiri yang bertentangan dengan tujuan perusahaan dan mengabaikan kepentingan para pemegang saham. Pemegang saham pastinya tidak setuju dengan apa yang dilakukan manajer karena akan meningkatkan biaya perusahaan yang berdampak terhadap penurunan laba perusahaan dan *Value of The Company* (Raharja 2014).

Value of The Company yang tinggi menandakan bahwa kemakmuran pemegang saham perusahaan tersebut juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan disajikan oleh harga pasar saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pembiayaan, dan manajemen aset yang dilakukan oleh pemegang saham dengan pihak manajemen untuk memaksimalkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan tingkat pertumbuhan perusahaan, untuk mempertahankan posisi perusahaan (Rasyid 2015).

Harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan *Value of The Company* yang tinggi pula. *Value of The Company* yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap *Value of The Company* akan meningkat (Wijaya dan Panji, 2015).

Dalam setiap perusahaan harus memiliki persediaan yang baik. Ketika perusahaan mendapatkan pesanan yang tidak terduga, perusahaan dapat menerima pesanan tersebut, karna perusahaan memiliki persediaan yang cukup memadai. Pada perusahaan dagang persediaan yang paling penting adalah barang jadi yang siap dijual. Sedangkan pada perusahaan industri memiliki tiga kelompok persediaan yaitu persediaan bahan baku, persediaan barang dalam proses, dan persediaan barang jadi (Saputri dan Titin, 2013).

Ukuran aset perusahaan diukur sebagai logaritma natural (\ln) dari total aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki *Company Size* besar cenderung mudah dalam meningkatkan *Value of The Company*. Perusahaan besar juga memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba lebih besar dibanding perusahaan kecil yang memiliki aset terbatas (Rahmawati, 2015). Dari hasil perhitungan didapat bahwa *Variable Company Size* (Size) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Value of The Company* (Rina, 2016). Namun berbeda dengan hasil penelitian lain yang menunjukkan bahwa *Company Size* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Value of The Company* (Ibrahim, 2017).

Inventory Value merupakan elemen utama dari modal kerja yang merupakan aktiva dalam keadaan selalu berputar dan terus-menerus mengalami perubahan". Penentuan besarnya investasi atau alokasi modal dalam persediaan mempunyai efek langsung terhadap keuntungan perusahaan. Karena jika terjadi kesalahan dalam penetapan besarnya investasi dalam persediaan akan menekan keuntungan perusahaan. Dan jika terlalu kecil dalam

persediaan akan mempunyai efek yang menekan keuntungan juga (Dewi dan Rahayu, 2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Inventory Value* tidak berpengaruh terhadap *Value of The Company* (Maulana, 2015).

Net *Profit Margin* (NPM) adalah perbandingan laba bersih dan penjualan. Semakin tinggi Net *Profit Margin* berarti semakin tinggi pula laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini disebabkan tingginya laba kotor dan/atau rendahnya beban operasional, karena laba kotor yang tinggi ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik dan produktif sehingga kepercayaan investor meningkat untuk menanamkan modalnya. Jika kinerja perusahaan baik maka *Value of The Company*nya juga baik, begitu juga sebaliknya (Mu'azizah dkk, 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Value of The Company* (Apsari dan Azizah, 2015).

2. Kajian Pustaka / Kajian teori

Company Size

Company Size adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva (Jogiyanto, 2013).

UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan *Company Size* ke dalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian *Company Size* tersebut didasarkan pada total asset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut: "Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

- a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
- c) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- d) Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia."

Inventory Value

Beberapa metode penilaian persediaan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Nomor 11 tahun 2013 sebagai berikut:

- a) Entitas harus mengukur biaya persediaan untuk jenis persediaan yang normalnya tidak dapat ditukarkan, dan barang dan jasa yang dihasilkan dan dipisahkan untuk proyek tertentu dengan menggunakan identifikasi khusus atas biaya secara individual.
- b) Entitas harus menemukan rumus biaya persediaan yang terkait dengan paragraph dengan menggunakan rumus biaya FIFO atau masuk pertama keluar pertama (MPKP) dan metode average atau rata-rata terimbang. Rumus biaya yang sama

harus digunakan untuk seluruh persediaan dengan sifat dan pemakaian yang serupa. Untuk persediaan dengan sifat atau pemakaian yang berbeda, penggunaan rumus biaya yang berbeda dapat dibenarkan. Metode masuk terakhir keluar pertama (MTKP) tidak diperkenankan oleh SAK ETAP.

Terdapat beberapa macam metode penilaian persediaan yang umum digunakan menurut Rudianto (2013) yaitu:

- a) FIFO (First In First Out) Dalam metode ini, barang yang masuk (dibeli atau diproduksi) terlebih dahulu akan dikeluarkan (dijual) pertama kali, sehingga yang tersisa pada akhir periode adalah barang yang berasal dari pembelian atau produksi terakhir.
- b) LIFO (Last In First Out) Dalam metode ini, barang yang masuk (dibeli/diproduksi) paling akhir akan dikeluarkan/dijual paling awal. Jadi, barang yang tersisa pada periode adalah barang yang berasal dari pembelian atau produksi awal periode.
- c) Moving Average (Rata-rata tertimbang) Dalam metode ini, barang yang dikeluarkan/dijual maupun barang yang tersisa dinilai berdasarkan harga rata-rata bergerak. Jadi, barang yang tersisa pada akhir periode adalah barang yang memiliki nilai rata-rata.

Net Profit

Net Profit adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan (Kasmir, 2017).

Terdapat dua rumus untuk mencari *Profit Margin*, yaitu sebagai berikut:

- a) Menurut Murhadi (2013) *Gross Profit Margin* adalah menggambarkan persentase laba kotor yang dihasilkan oleh setiap pendapatan perusahaan, semakin tinggi GPM maka akan menunjukkan semakin baik. Berdasarkan definisi di atas *Gross Profit Margin* adalah pengendalian harga pokok penjualan dan pengidentifikasian kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien. Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan Bersih} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}$$

- b) Menurut Murhadi (2013) *Net Profit Margin* adalah mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba neto dari setiap penjualannya. Semakin tinggi nilai NPM maka menunjukkan semakin baik. Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba disetiap penjualan yang telah dikurangi bunga dan pajak disetiap periode. Untuk margin laba bersih dengan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Value of The Company

Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat (Sartono, 2012).

Menurut Harmono (2017:114) indikator yang mempengaruhi *Value of The Company* dapat diukur dengan menggunakan :

- a) Price to Book Value (PBV), yaitu :

Price to Book Value merupakan salah satu *Variable* yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. *Value of The Company* dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kekayaan pemegang saham.

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai Buku per lembar saham}}$$

b) Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio adalah harga per lembar saham, indikator ini secara praktis telah diaplikasikan dalam laporan keuangan laba rugi bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan publik di Indonesia. Rasio ini menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earnings.

$$PER = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

Nilai buku bisa dihitung dengan membagi total ekuitas dengan jumlah saham yang beredar.

c) Earning Per Share (EPS)

Earning per share atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki.

$$EPS = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Jumlah lembar saham beredar}}$$

d) Tobin's Q

Analisis Tobin's juga di kenal dengan rasio Tobin's Q. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi dimasa depan.

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{ME} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Dimana ME bisa dicari dengan mengalikan jumlah saham biasa yang beredar dengan harga penutupan saham (closing price), DEBT dihitung dengan menjumlahkan total hutang dan persediaan kemudian dikurangi aktiva lancar, dan TA merupakan nilai buku total aktiva.

Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan untuk mengukur *Value of The Company* adalah Tobin's Q.

3. Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia dan Periode waktu yang diteliti yaitu tahun 2017-2021.

Populasi dan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive Sampling*, maka pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi. Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan Perusahaan Sub Sektor Industri Barang Konsumsi 2017-2021 yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia serta menggunakan artikel, jurnal, penelitian terdahulu, dan buku yang terkait dengan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan penulis sebagai pendukung dalam penelitian ini adalah Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan dokumentasi berupa pencatatan, perekaman (*copying*) data-data sekunder khususnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Analisa Data

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu *statistic* deskriptif, Analisis statistik deskriptif hanya digunakan untuk penyajian dan penganalisisan data yang disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan atau karakteristik data yang bersangkutan. Analisa data yang digunakan adalah analisa korelasi yaitu yang akan menguji hubungan dan tingkat hubungan antara *Variable* indenden dengan *Variable* dependen, dilakukan uji hipotesis dengan uji koefisien determinasi R^2 .

Uji Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kuatnya hubungan antar *Variable Company Size* (X1), *Inventory Value* (X2), *Profit Margin* (X3), dan *Value of The Company* (Y). Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu.

Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi *Variable Company Size* (X1), *Inventory Value* (X2), *Profit Margin* (X3), dan *Value of The Company* (Y). Uji Koefisien Determinasi R^2 Pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi *Variable* dependen.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Company_Size</i>	35	7.04	11.42	8.3099	.95506
<i>Inventory_Value</i>	35	1.95	2.44	2.1114	.10994
<i>profit_margin</i>	35	1.22	133.00	12.5571	24.08988
<i>Value_of_The_Company</i>	35	.20	5.90	1.9683	2.10094
Valid N (listwise)	35				

Sumber :Output SPSS Versi 20, 2022.

Hasil Uji Hipotesis

Analisa Korelasi Antar *Variable*

Korelasi yang dilakukan adalah korelasi regresi dengan dua *Variable* bebas dan satu *Variable* terikat. *Variable* bebas terdiri atas *Company Size* (X1), *Inventory Value* (X2), *Profit Margin* (X3). Sedangkan *Variable* Terikat *Value of The Company* (Y).

Hubungan *Variable* X1 (*Company Size*) dengan *Variable* Y (*Value of The Company*)

Company Size dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan. *Company Size* dijadikan patokan bahwa perusahaan tersebut sedang berkembang baik dan memiliki kinerja baik, sehingga *Value of The Company* semakin tinggi di mata investor. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut karena investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil. Semakin banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut maka akan meningkatkan harga saham perusahaan di pasar modal. Respon baik inilah yang akan menentukan prospek yang baik pula sehingga mampu meningkatkan *Value of The Company*. Dari hasil perhitungan didapat bahwa *Variable Company Size* (Size) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Value of The Company* (Rina, 2016). Namun berbeda dengan hasil penelitian lain yang menunjukkan bahwa

Company Size berpengaruh negatif signifikan terhadap *Value of The Company* (Ibrahim, 2017).

Hubungan Variable X2 (*Inventory Value*) dengan Variable Y (*Value of The Company*)

Keberhasilan perusahaan didalam menentukan besarnya investasi atau alokasi modal dalam persediaan akan berpengaruh langsung terhadap keuntungan perusahaan yang akan direspon oleh investor. Respon investor biasanya berupa keinginan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga akan menaikkan harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham perusahaan mencerminkan kenaikan *Value of The Company*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Inventory Value* tidak berpengaruh terhadap *Value of The Company* (Maulana, 2015).

Hubungan Variable X3 (*Profit Margin*) dengan Variable Y (*Value of The Company*)

Profit Margin merupakan ukuran kemampuan manajemen untuk mengendalikan biaya dalam hubungannya dengan penjualan. Makin rendah biaya operasi penjualan, makin tinggi *Profit Margin* yang diperoleh. Perusahaan dengan *Profit Margin* lebih tinggi dari perusahaan sejenis mengindikasikan posisi perusahaan yang kuat dimata konsumen, dan efisiensi dalam pengelolaan biaya. Dengan demikian, *Profit Margin* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Value of The Company*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Value of The Company* (Apsari dan Azizah, 2015).

Hubungan Variable X1 (*Company Size*), X2 (*Inventory Value*), X3 (*Profit Margin*) Secara Bersama Sama Terhadap Variable Y (*Value of The Company*)

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi antara *Variable* yaitu *Company Size* (X1), *Inventory Value* (X2), *Profit Margin* (X3), dan *Value of The Company* (Y). diuraikan berikut:

- a) **Variable X1 (*Company Size*)** Untuk *Variable X1 (*Company Size*)* dengan korelasinya 0,393 maka koefisien determinasinya (r^2) adalah 0,456. Hal ini berarti varians yang terjadi pada *Company Size* adalah 45,6% dan 54,4% faktor lain ditentukan oleh hal lain tidak dapat diduga.
- b) **Variable X2 (*Inventory Value*)** Untuk *Variable X2 (*Inventory Value*)* dengan korelasinya 0,393 maka koefisien determinasinya (r^2) adalah 0,456. Hal ini berarti varians yang terjadi pada *Inventory Value* adalah 45,6% dan 54,4% faktor lain ditentukan oleh hal lain tidak dapat diduga.
- c) **Variable X3 (*Profit Margin*)** Untuk *Variable X3 (*Profit Margin*)* dengan korelasinya 0,393 maka koefisien determinasinya (r^2) adalah 0,456. Hal ini berarti varians yang terjadi pada *Profit Margin* adalah 45,6% dan 54,4% faktor lain ditentukan oleh hal lain tidak dapat diduga.

5. Simpulan dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa:

- a. Angka korelasi antara *Variable* Penerapan *Variable X1 (*Company Size*)* dengan korelasinya 0,393 maka koefisien determinasinya (r^2) adalah 0,456. Hal ini berarti varians yang terjadi pada *Company Size* adalah 45,6% dan 54,4% faktor lain ditentukan oleh hal lain tidak dapat diduga yang berpengaruh terhadap *Value of The Company* (Y).
- b. Angka korelasi antara *Variable X2 (*Inventory Value*)* dengan korelasinya 0,393 maka koefisien determinasinya (r^2) adalah 0,456. Hal ini berarti varians yang terjadi

Inventory Value adalah 45,6% dan 54,4% faktor lain ditentukan oleh hal lain tidak dapat diduga yang berpengaruh terhadap *Value of The Company* (Y).

- c. Angka korelasi antara *Variable X3 (Profit Margin)* dengan korelasinya 0,393 maka koefisien determinasinya (r^2) adalah 0,456. Hal ini berarti varians yang terjadi *Profit Margin* adalah 45,6% dan 54,4% faktor lain ditentukan oleh hal lain tidak dapat diduga yang berpengaruh terhadap *Value of The Company* (Y).
- d. Korelasi antara *Variable Company Size (X1)*, *Inventory Value (X2)*, *Profit Margin (X3)* secara bersama-sama terhadap *Variable Value of The Company (Y)* berada pada angka 0,393 yang bermakna korelasinya sangat kuat. Koefisien determinasi adalah 0,456 yang bermakna bahwa ada 54,4% faktor lain diluar *Company Size*, *Inventory Value*, dan *Profit Margin* yang mempengaruhi *Value of The Company* (Y).

Saran

Setelah melakukan penelitian dengan pendekatan korelasional untuk melihat hubungan antara *Company Size*, *Inventory Value*, dan *Profit Margin*. Berikut ini disampaikan beberapa saran rekomendasi.

- a. Untuk menjaga *Company Size*, diharapkan jumlah asset dapat ditingkatkan dan dikelola dengan efektif guna meningkatkan *Value of The Company*. Karena bagi pihak investor, perusahaan-perusahaan yang berukuran besar merupakan alternatif yang tepat untuk berinvestasi dibandingkan dengan perusahaan berukuran kecil karena perusahaan besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Banyaknya minat investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut dapat meningkatkan permintaan saham perusahaan yang juga akan meningkatkan harga saham di pasar modal. Meningkatnya harga saham itulah yang dapat memicu meningkatnya *Value of The Company*.
- b. Dalam melakukan pencatatan *Inventory Value* barang dagang, perusahaan sebaiknya menggunakan metode perpetual. Dengan metode perpetual, perusahaan dapat mengetahui jumlah unit persediaan setiap saat tanpa harus melakukan perhitungan fisik ke gudang. Sistem ini juga akan memudahkan bagian pembukuan dalam penyusunan laporan keuangan jangka pendek, sehingga tidak perlu lagi melakukan perhitungan fisik untuk mengetahui jumlah persediaan akhir.
- c. Untuk meningkatkan tingkat *Profit Margin* terhadap perusahaan, yaitu dengan menjaga nama baik perusahaan dengan cara mengerjakan tender proyek sebaik mungkin, agar mendapat kepercayaan rekanan guna meningkatkan pendapatan usaha, serta dengan mengefisienkan HPP dan beban biaya dimana seharusnya manajemen perusahaan lebih memperhatikan pada usaha peningkatan efisiensi di bidang jasa konstruksi dan pengadaan barang maupun jasanya dengan cara menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain sehingga bisa mengefisienkan modal yang digunakan untuk melakukan suatu tender. Dengan melakukan usaha-usaha peningkatan tersebut diharapkan perusahaan dapat menstabilkan dan meningkatkan laba perusahaan.
- d. Bagi pihak investor, disarankan lebih cermat dalam memilih perusahaan untuk menginvestasikan modalnya. Investor diharapkan memerhatikan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dan berkaitan terhadap *Value of The Company*, sehingga tidak akan dirugikan jika berinvestasi pada perusahaan khususnya pada sektor Industri Barang Konsumsi. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan dengan *Variable-Variable* lainnya seperti *Return on Asset*, *Debt Asset Ratio* atau *Variable* lainnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik dalam memprediksi faktor-faktor yang dapat memengaruhi *Value of The Company*.

Daftar Pustaka

Apsari, I, A., & Azizah, D, F. (2015). Pengaruh Return on Equity, Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio dan Longterm Debt to Equity Ratio terhadap Price Book Value Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa

- Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2013. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 27 N0.2 Hal. 1-8, Oktober 2015. Indonesia : Universitas Brawijaya Malang.
- Harahap, Baru dan Tukino. (2020). Akuntansi Biaya. Batam: Batam Publisher.
- Harahap, B., (2020), Akuntansi Biaya, Edisi 1, Kepulauan Riau : Batam Publisher
- Dewi., & Rahayu. (2016) “Pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”.Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol.5, No.1 Januari 2016.
- Fauzi, A. R., & Rosyeni, R. (2019). Pengaruh *Company Size*, Struktur Modal, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap *Value of The Company* (Studi Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2017). Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha Volume 01 Nomor 02 2019 ISSN: Online 2655-6499. Padang : Universitas Negeri Padang.
- Harmono. (2017). Manajemen Keuangan Berbasis Balanced. Jakarta : Bumi Angkasa Raya.
- Ibrahim, M. (2017). Capital Structure and Firm Value in Nigerian Listed Manufacturing Companies: an Empirical Investigation Using Tobin’s Q Model. International Journal of Innovative Research in Social Sciences & Strategic Management Techniques, 4(2), 112–125.
- Jogiyanto, H. (2013). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Kedelapan. Yogyakarta : BPFE.
- Kasmir. (2017). Analisis Laporan Keuangan Edisi 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Maulana, K. B. (2015). Pengaruh Metode Penilaian Persediaan dan *Gross Profit Margin* terhadap Market Value. Jurnal Akuntansi. Vol. 2 No. 8 (Agustus) 2015. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Minanari. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Manajemen Laba dan Kebijakan Deviden terhadap *Value of The Company* Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016. Jurnal Profita, Vol. 11 No. 1 Hal. 139-149, April 2018. Jakarta : Universitas Mercu Buana.
- Mu’azizah, R., Sri, R., & Tumpal, M. (2017). Pengaruh Net *Profit Margin* (Npm), Sales Growth, Current Ratio, Keputusan Investasi Dan Return On Asset (Roa) Terhadap *Value of The Company* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. Jurusan Akuntansi Vol 1, No 2. Riau : Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Murhadi, W. R. (2013). Analisis Laporan Keuangan: Proyeksi dan Valuasi Saham.
- Raharja, Ramadhan Sukma Perdana. (2014). Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap *Value of The Company*. Diponegoro Journal Of Accounting, Vol. 3, No. 3, 1 – 13.
- Rahmawati, A.D, Topowijono, dan S, Sulasmiyati. (2015). Pengaruh *Company Size*, Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi Terhadap *Value of The Company*. Jurnal Administrasi Bisnis. 23 (2)
- Rasyid, Abdul. 2015. Effects of ownership structure, capital structure, profitability and company’s growth towards firm value. International Journal of Business and Management Invention, Vol. 4, No. 4, 25 – 31.
- Rina, M. (2016). Pengaruh Profitabilitas, *Company Size* dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Transportasi. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol 1, No 1. Surabaya : Prodi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Rudianto. (2013). Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis. Jakarta: Erlangga.

- Saputri, M., & Titin, H. (2013). Pengaruh *Inventory Value* Dan *Profit Margin* Terhadap Market Value Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei). *Jurnal Akuntansi Keuangan* Vol 1, No 2. Palembang : STIE MDP.
- Sartono, R. Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Sianturi, Y., Inge, L. S. M., & Tumpal, M. (2019). Pengaruh Perputaran Modal Kerja Dan Net *Profit Margin* (Npm) Terhadap *Value of The Company* Dengan Return On Assets (Roa) Sebagai *Variable* Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2017. *Jurnal Akuntansi* Vol. 1 No. 1. Riau : Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Wijaya, Bayu Irfandi dan I. B. Panji Sedana. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai *Variable* Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4(12): h: 4477- 4500.
- Yanti, G. A. D. N., & Putu, A. D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, *Company Size*, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap *Value of The Company* Industri Barang Konsumsi. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 4, 2019: 2297 – 2324 ISSN: 2302-8912. Bali : Universitas Udayana.