

Pengaruh Net Profit Margin dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur pada PT Alkindo Naratama Tbk Periode 2014–2023

Sunita¹, Hendri Prasetyo²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email: ¹sunitanita611@gmail.com, ²dosen00806@unpam.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Net Profit Margin dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada PT Alkindo Naratama Tbk periode 2014–2023. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan selama periode penelitian. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier, koefisien determinasi, serta uji hipotesis parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Net Profit Margin tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, Net Profit Margin dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan skala aset perusahaan tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan di mata pasar, serta profitabilitas tidak selalu menjadi faktor utama dalam pembentukan nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian manajemen keuangan serta menjadi pertimbangan bagi investor dan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis.

Kata kunci: Net Profit Margin, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

Abstract—This study aims to analyze the effect of Net Profit Margin and firm size on firm value at PT Alkindo Naratama Tbk during the period 2014–2023. This research employs a quantitative descriptive approach using secondary data derived from the company's annual financial statements. Data analysis techniques include descriptive statistics, classical assumption tests, linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing both partially and simultaneously. The results indicate that Net Profit Margin does not significantly affect firm value partially. Meanwhile, firm size has a negative and significant effect on firm value. Simultaneously, Net Profit Margin and firm size significantly affect firm value. These findings suggest that an increase in company scale does not necessarily enhance firm value, and profitability is not always the primary determinant of market valuation. This research contributes to financial management studies and provides insights for investors and corporate management in strategic decision-making.

Keywords: Net Profit Margin, Firm Size, Firm Value

1. PENDAHULUAN

Sektor manufaktur merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian karena memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Perusahaan manufaktur dituntut untuk mampu mengelola sumber daya secara efektif agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha serta meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Nilai perusahaan menjadi indikator penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, berbagai faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi perhatian utama dalam kajian manajemen keuangan.

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham dan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Menurut Irham Fahmi (2020), nilai perusahaan merupakan rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi perusahaan di mata investor serta mencerminkan dampak keputusan manajerial terhadap kinerja perusahaan di masa mendatang. Sementara itu, Imam Supriadi (2020) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang berkaitan dengan harga saham yang diperdagangkan di pasar modal. Dengan demikian, semakin baik kinerja perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin dalam penilaian pasar.

Dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan, salah satu faktor yang sering menjadi perhatian adalah profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Salah satu indikator profitabilitas yang umum digunakan adalah Net

Profit Margin (NPM), yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari penjualan. Menurut Kasmir (2019), Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan total penjualan. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya serta kemampuan menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasional. Brigham dan Houston (2001) juga menjelaskan bahwa Net Profit Margin mengukur besarnya laba bersih relatif terhadap penjualan perusahaan, sehingga mencerminkan efektivitas operasional perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Selain profitabilitas, ukuran perusahaan juga sering dikaitkan dengan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasi serta kapasitas sumber daya yang dimiliki. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan, teknologi, dan pasar. Purwanti (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset, penjualan, atau nilai pasar saham. Sementara itu, Aniela dan Nurbaiti dalam Asmawi (2018) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan mencerminkan besarnya aktivitas operasional dan sumber daya yang dimiliki perusahaan, yang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap stabilitas dan prospek perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan sering dianggap sebagai indikator kekuatan ekonomi dan kapasitas pertumbuhan perusahaan.

Dalam perspektif teori agensi, hubungan antara manajemen dan pemilik perusahaan menjadi faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan. Sutisna et al. (2024) menjelaskan bahwa teori agensi menggambarkan hubungan antara manajemen sebagai agen dan pemilik sebagai prinsipal, yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan. Dalam konteks ini, laba dan ukuran perusahaan menjadi indikator yang digunakan pemilik untuk menilai kinerja manajemen. Kinerja yang baik diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan investor dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

PT Alkindo Naratama Tbk merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang produk berbasis kertas dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selama periode 2014–2023, perusahaan menunjukkan pertumbuhan total aset yang relatif konsisten, yang mencerminkan peningkatan ukuran perusahaan. Namun demikian, peningkatan aset tersebut tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Data menunjukkan bahwa nilai perusahaan mengalami fluktuasi dan bahkan mengalami penurunan signifikan pada beberapa tahun tertentu. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara pertumbuhan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa peningkatan skala perusahaan dan kemampuan menghasilkan laba tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan nilai perusahaan. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana sebenarnya pengaruh Net Profit Margin dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidakkonsistenan mengenai hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Net Profit Margin dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada PT Alkindo Naratama Tbk selama periode 2014–2023. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian manajemen keuangan, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, serta memberikan informasi yang bermanfaat bagi investor dan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis pengaruh Net Profit Margin dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antarvariabel secara empiris melalui pengolahan data numerik dan analisis statistik. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel penelitian berdasarkan data historis perusahaan selama periode pengamatan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan PT Alkindo Naratama Tbk selama periode 2014–2023. Data sekunder dipilih karena penelitian berfokus pada analisis kinerja keuangan perusahaan yang telah

dipublikasikan secara resmi. Penggunaan laporan keuangan memungkinkan peneliti memperoleh informasi objektif mengenai kondisi keuangan perusahaan yang relevan dengan variabel penelitian.

Variabel penelitian terdiri atas variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Net Profit Margin dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan. Net Profit Margin digunakan sebagai indikator profitabilitas perusahaan. Menurut Kasmir (2019), Net Profit Margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih yang diperoleh perusahaan dibandingkan dengan total penjualan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih dari aktivitas operasional. Brigham dan Houston (2001) juga menyatakan bahwa Net Profit Margin mengukur besarnya laba bersih relatif terhadap penjualan perusahaan, sehingga mencerminkan efisiensi operasional.

Ukuran perusahaan digunakan untuk menggambarkan skala operasi dan kapasitas sumber daya perusahaan. Purwanti (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur melalui total aset, penjualan, atau nilai pasar saham. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural total aset, karena ukuran ini dapat menggambarkan skala perusahaan secara lebih proporsional.

Nilai perusahaan merupakan variabel dependen yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan. Menurut Irham Fahmi (2020), nilai perusahaan merupakan rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi perusahaan di mata investor. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan Price Book Value (PBV), karena rasio ini menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku perusahaan.

Untuk memperjelas pengukuran variabel penelitian, berikut disajikan operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Pengukuran
Net Profit Margin	Profitabilitas perusahaan	Laba Bersih / Penjualan
Ukuran Perusahaan	Skala perusahaan	Ln Total Aset
Nilai Perusahaan	Persepsi pasar	Price Book Value (PBV)

Tabel operasional variabel menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian memiliki indikator dan metode pengukuran yang jelas dan terukur. Net Profit Margin dihitung berdasarkan perbandingan laba bersih terhadap penjualan, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural total aset, sedangkan nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Price Book Value. Penggunaan indikator tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa variabel penelitian dapat dianalisis secara kuantitatif dan objektif.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi kepustakaan. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan laporan keuangan tahunan perusahaan selama periode penelitian. Studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah literatur yang relevan dengan variabel penelitian untuk mendukung kerangka analisis.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan pengujian statistik. Tahap pertama adalah analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian. Tahap berikutnya adalah uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Pengujian ini bertujuan memastikan bahwa data memenuhi asumsi model regresi linier.

Setelah asumsi terpenuhi, dilakukan analisis regresi linier untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan analisis koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap nilai perusahaan, serta uji F untuk mengetahui pengaruh

simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan apakah hubungan antarvariabel signifikan secara statistik.

Dengan tahapan analisis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh Net Profit Margin dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara objektif dan terukur.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Kinerja keuangan perusahaan mencerminkan dinamika operasional yang berlangsung dalam periode tertentu dan dapat diamati melalui indikator profitabilitas, skala perusahaan, serta nilai pasar yang terbentuk. Perubahan pada ketiga indikator tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana perusahaan mengelola sumber daya serta bagaimana pasar merespons kinerja yang dihasilkan. Oleh karena itu, pengamatan terhadap data historis perusahaan menjadi dasar penting dalam memahami hubungan antarvariabel penelitian secara empiris.

3.1 Gambaran Umum Data Penelitian

Pengamatan terhadap perkembangan variabel penelitian memerlukan penyajian data historis yang menggambarkan perubahan profitabilitas, skala perusahaan, serta nilai perusahaan selama periode pengamatan. Data numerik tersebut memungkinkan identifikasi pola pertumbuhan, fluktuasi kinerja operasional, serta respons pasar terhadap perubahan kondisi perusahaan dari waktu ke waktu. Penyajian data secara sistematis juga memberikan landasan awal bagi analisis statistik yang lebih mendalam.

Tabel 2. Data Net Profit Margin, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan Tahun 2014–2023

Tahun	Net Profit Margin	Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan
2014	0.043	26.60	2.54
2015	0.045	26.63	2.37
2016	0.038	26.74	1.64
2017	0.041	27.51	1.44
2018	0.036	27.51	0.83
2019	0.072	27.55	0.88
2020	0.059	27.58	0.76
2021	0.069	27.82	1.87
2022	0.047	28.08	0.01
2023	0.001	28.19	0.02

Data historis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mengalami peningkatan secara konsisten sepanjang periode pengamatan, yang mencerminkan pertumbuhan total aset perusahaan. Sebaliknya, nilai perusahaan menunjukkan kecenderungan menurun dengan fluktuasi yang cukup tajam, terutama pada tahun-tahun akhir pengamatan. Net Profit Margin memperlihatkan pola yang tidak stabil, yang menunjukkan adanya dinamika dalam kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih.

Pola perkembangan tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan aset tidak selalu diikuti peningkatan nilai perusahaan, serta fluktuasi profitabilitas tidak selalu sejalan dengan perubahan persepsi pasar. Kondisi ini memberikan indikasi awal bahwa hubungan antarvariabel tidak bersifat linear sederhana dan memerlukan pengujian statistik lebih lanjut.

3.2 Analisis Statistik Deskriptif

Pemahaman terhadap karakteristik data menjadi langkah penting sebelum melakukan pengujian hubungan antarvariabel. Karakteristik tersebut dapat dilihat melalui ukuran pemusatan dan penyebaran data, yang mencerminkan stabilitas, variasi, serta kecenderungan umum masing-masing variabel penelitian. Informasi statistik ini memberikan gambaran mengenai tingkat fluktuasi profitabilitas, perkembangan skala perusahaan, serta perubahan nilai perusahaan selama periode pengamatan, sehingga dapat membantu interpretasi hasil analisis selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-rata
Net Profit Margin	0.001	0.072	0.045
Ukuran Perusahaan	26.60	28.19	27.42
Nilai Perusahaan	0.01	2.54	1.14

Nilai minimum dan maksimum Net Profit Margin menunjukkan adanya fluktuasi profitabilitas yang cukup besar selama periode pengamatan. Variasi tersebut mencerminkan perubahan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas operasional. Ukuran perusahaan menunjukkan rentang variasi yang relatif sempit dengan kecenderungan meningkat, yang menunjukkan stabilitas pertumbuhan aset perusahaan. Nilai perusahaan memiliki rentang variasi yang sangat lebar, yang menandakan perubahan signifikan dalam persepsi pasar terhadap perusahaan.

Karakteristik data tersebut menunjukkan bahwa variabel penelitian memiliki pola perubahan yang berbeda, sehingga hubungan antarvariabel tidak dapat disimpulkan secara langsung tanpa pengujian statistik inferensial.

3.3 Hasil Analisis Regresi Linier

Hubungan antara variabel independen dan nilai perusahaan dianalisis menggunakan model regresi linier. Pendekatan ini memungkinkan pengukuran arah serta besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap perubahan nilai perusahaan.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier

Variabel	t hitung	Signifikansi
Net Profit Margin	0.880	0.405
Ukuran Perusahaan	-4.354	0.002

Nilai signifikansi Net Profit Margin lebih besar dari tingkat signifikansi yang digunakan, sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, ukuran perusahaan menunjukkan signifikansi yang lebih kecil dari batas pengujian, sehingga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah hubungan negatif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perubahan profitabilitas tidak selalu diikuti perubahan nilai perusahaan, sedangkan perubahan skala perusahaan justru berkorelasi negatif dengan penilaian pasar.

3.4 Uji Hipotesis

Hubungan antarvariabel tidak hanya dinilai secara parsial, tetapi juga secara simultan untuk mengetahui kekuatan model dalam menjelaskan perubahan nilai perusahaan. Pengujian simultan memberikan gambaran mengenai kontribusi kolektif variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

F hitung	Signifikansi
10.167	0.008

Nilai signifikansi menunjukkan bahwa Net Profit Margin dan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan secara statistik.

3.5 Pembahasan

Temuan empiris menunjukkan adanya perbedaan karakter pengaruh masing-masing variabel terhadap nilai perusahaan. Interpretasi hasil pengujian memerlukan pendekatan konseptual yang menghubungkan bukti statistik dengan teori keuangan serta kondisi operasional perusahaan. Penjelasan berikut menguraikan makna hubungan yang ditemukan berdasarkan perspektif teoritis.

3.5.1 Pengaruh Net Profit Margin terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Net Profit Margin tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan tidak secara langsung menentukan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih tidak selalu menjadi faktor utama yang memengaruhi penilaian investor.

Secara konseptual, Net Profit Margin merupakan indikator efisiensi operasional yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari penjualan (Kasmir, 2019). Rasio ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan mengelola biaya produksi, beban operasional, dan struktur pendapatan. Secara teoritis, semakin tinggi Net Profit Margin, semakin besar kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan, sehingga diharapkan meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor. Namun, hasil empiris menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak selalu terjadi secara langsung.

Kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif perilaku pasar dan karakteristik informasi yang diterima investor. Investor tidak hanya mempertimbangkan tingkat laba yang dihasilkan, tetapi juga stabilitas laba, keberlanjutan kinerja, serta risiko yang melekat pada operasional perusahaan. Profitabilitas yang tinggi tetapi bersifat fluktuatif dapat menimbulkan ketidakpastian terhadap prospek jangka panjang perusahaan. Dalam situasi demikian, pasar cenderung tidak merespons perubahan profitabilitas secara signifikan.

Selain itu, dalam kerangka teori agensi, laba merupakan salah satu indikator kinerja manajemen yang digunakan oleh pemilik untuk menilai efektivitas pengelolaan perusahaan (Sutisna et al., 2024). Namun, konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik dapat menyebabkan informasi laba tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi ekonomi perusahaan secara menyeluruh. Investor dapat mempertimbangkan faktor lain seperti strategi bisnis, risiko operasional, maupun prospek pertumbuhan sebelum menilai nilai perusahaan.

Dengan demikian, ketidaksignifikanan pengaruh Net Profit Margin menunjukkan bahwa profitabilitas bukan satu-satunya indikator yang menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan refleksi dari penilaian pasar yang bersifat multidimensional, sehingga dipengaruhi oleh berbagai faktor selain kinerja laba semata.

3.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan total aset perusahaan tidak selalu diikuti peningkatan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Bahkan, dalam kondisi tertentu, pertumbuhan skala perusahaan justru dapat diinterpretasikan secara negatif oleh investor.

Ukuran perusahaan umumnya mencerminkan besarnya sumber daya ekonomi yang dimiliki serta kapasitas operasional perusahaan (Purwanti, 2021). Perusahaan dengan aset yang lebih besar biasanya memiliki kemampuan produksi yang lebih tinggi, akses pendanaan yang lebih luas, serta posisi pasar yang lebih kuat. Secara teoritis, karakteristik tersebut diharapkan meningkatkan stabilitas usaha dan menurunkan risiko, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Namun, hasil empiris menunjukkan hubungan yang berlawanan. Hal ini dapat dijelaskan oleh kompleksitas operasional yang meningkat seiring pertumbuhan skala perusahaan. Perusahaan yang semakin besar cenderung memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks, biaya operasional yang lebih tinggi, serta potensi inefisiensi dalam pengelolaan sumber daya. Apabila pertumbuhan aset tidak diimbangi peningkatan produktivitas dan efisiensi, maka pasar dapat menilai bahwa ekspansi perusahaan tidak menghasilkan nilai tambah yang optimal.

Menurut Irham Fahmi (2020), nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan kinerja yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pertumbuhan aset tidak secara otomatis meningkatkan nilai perusahaan apabila tidak disertai peningkatan kinerja yang nyata. Investor cenderung menilai kualitas pertumbuhan, bukan sekadar besarnya pertumbuhan itu sendiri.

Selain itu, dari perspektif teori agensi, perusahaan yang lebih besar memiliki tingkat asimetri informasi yang lebih tinggi serta pengawasan yang lebih kompleks. Kondisi ini dapat meningkatkan ketidakpastian investor terhadap efektivitas pengelolaan perusahaan. Apabila pasar menilai bahwa peningkatan ukuran perusahaan meningkatkan risiko operasional atau menurunkan efisiensi, maka nilai perusahaan dapat mengalami penurunan. Dengan demikian, hubungan negatif antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa skala perusahaan bukan satu-satunya indikator keberhasilan. Nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh bagaimana sumber daya yang dimiliki dikelola secara efektif dan produktif.

3.5.3 Pengaruh Simultan Net Profit Margin dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa Net Profit Margin dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi berbagai indikator kinerja keuangan yang saling berinteraksi.

Secara konseptual, nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan menciptakan nilai ekonomi dari sumber daya yang dimiliki. Profitabilitas menggambarkan kemampuan menghasilkan laba, sedangkan ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas sumber daya yang tersedia. Kombinasi keduanya memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi perusahaan dibandingkan masing-masing variabel secara terpisah.

Dalam perspektif manajemen keuangan, tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan melalui pengelolaan sumber daya yang optimal (Anwar, 2019). Pencapaian tujuan tersebut memerlukan keseimbangan antara kemampuan menghasilkan laba dan kemampuan mengelola aset secara efisien. Profitabilitas tanpa dukungan struktur aset yang efektif tidak akan menghasilkan pertumbuhan berkelanjutan, sementara pertumbuhan aset tanpa profitabilitas yang memadai juga tidak akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Net Profit Margin tidak berpengaruh signifikan secara parsial, keberadaannya tetap memiliki kontribusi dalam model secara

keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tetap menjadi bagian dari struktur kinerja perusahaan yang dipertimbangkan pasar, meskipun pengaruhnya tidak berdiri sendiri.

Dengan demikian, pengaruh simultan kedua variabel menunjukkan bahwa nilai perusahaan merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor keuangan yang membentuk persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan secara menyeluruh. Penilaian pasar tidak hanya didasarkan pada satu indikator, tetapi pada kombinasi indikator yang mencerminkan kondisi perusahaan secara komprehensif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis empiris terhadap data keuangan PT Alkindo Naratama Tbk selama periode 2014–2023, diperoleh pemahaman mengenai hubungan antara Net Profit Margin, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Net Profit Margin tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari aktivitas operasional tidak secara langsung menentukan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas bukan satu-satunya faktor yang menjadi pertimbangan investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan, karena penilaian pasar juga dipengaruhi oleh stabilitas kinerja, efisiensi pengelolaan sumber daya, serta ekspektasi terhadap pertumbuhan jangka panjang.

Ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan total aset tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Pertumbuhan skala perusahaan yang tidak diimbangi peningkatan efisiensi operasional dan produktivitas dapat menurunkan persepsi pasar terhadap kualitas pengelolaan perusahaan. Dengan demikian, besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan tidak secara otomatis mencerminkan kemampuan menciptakan nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Pengujian simultan menunjukkan bahwa Net Profit Margin dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menegaskan bahwa nilai perusahaan terbentuk dari interaksi berbagai indikator kinerja keuangan yang saling berkaitan. Penilaian pasar terhadap perusahaan tidak hanya didasarkan pada satu indikator, tetapi pada kombinasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta mengelola sumber daya secara efektif. Nilai perusahaan pada akhirnya mencerminkan kondisi perusahaan secara menyeluruh, baik dari sisi operasional maupun pengelolaan aset.

Temuan penelitian memberikan implikasi bahwa peningkatan nilai perusahaan memerlukan pengelolaan sumber daya yang efisien dan berorientasi pada penciptaan nilai jangka panjang. Pertumbuhan aset perlu diimbangi dengan peningkatan produktivitas dan efektivitas operasional agar mampu meningkatkan kepercayaan investor. Selain itu, evaluasi terhadap kinerja perusahaan sebaiknya dilakukan secara komprehensif dengan mempertimbangkan berbagai indikator keuangan yang saling berinteraksi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan satu perusahaan sebagai objek penelitian serta melibatkan jumlah variabel yang terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak perusahaan dan menambahkan variabel lain yang relevan agar memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.

REFERENCES

- Aniela, & Nurbaiti. (2018). Ukuran perusahaan sebagai indikator skala perusahaan. Dalam Asmawi. Fahmi, I. (2020). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Purwanti, D. (2021). Determinasi kinerja keuangan perusahaan: Analisis likuiditas, leverage dan ukuran perusahaan (Literature review manajemen keuangan). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 692–698.
- Sutisna, D., Nirwansyah, M., Ningrum, S. A., & Anwar, S. (2024). Studi literatur terkait peranan teori agensi pada konteks berbagai issue di bidang akuntansi. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4802–4821.