

ANALISIS PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Tri Budiyono¹, Neni Marlina Br. Purba²

¹Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

e-mail: pb160810137.ac.id@upbatam.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of profitability, company size and sales growth on firm value in the Indonesia Stock Exchange. The total population in this study were 10 manufacturing companies in the pharmaceutical sub sector which were listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019. This study the sampling technique used a purposive sampling method so that 7 companies that met the criteria desired by the researcher were selected. The data used is secondary data obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange (www.idx.co.id) and the Riau Islands representative IDX office in Batam City. The data used consists of documentation techniques. This study uses the SPSS version 25 program in processing data. The results of the t test are partially, profitability and firm size have a significant effect on firm value and sales growth has no significant effect on firm value. The results of the F test show that simultaneously profitability, company size and company sales growth have a significant effect on firm value.

Keywords: *company size, firm value, profitability, sales growth*

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan yang menjalankan bisnis terutama di Indonesia akan mengalami persaingan yang ketat dan berusaha untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaannya untuk menarik minat para investor. Pada dasarnya perusahaan didirikan untuk mencapai dua tujuan dasar perusahaan, yakni tujuan perusahaan yang berjangka pendek dan jangka yang panjang. Arah jangka pendek yang diharapkan perusahaan adalah untuk memberi hasil dan meningkatkan keuntungan sedang target berjangka panjang perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Beberapa perusahaan telah memberikan kontribusi dalam perkembangan ekonomi yang signifikan di Indonesia. Salah satunya adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan penulis memilih sub sektor farmasi sebagai acuan penelitian, dimana perusahaan sektor farmasi masih menjadi salah satu pemicu prospek yang menjanjikan. Karena perusahaan farmasi menjadi kebutuhan

masyarakat Indonesia khususnya tempat dimana masyarakat menyerahkan kepercayaan kesehatan diharapkan pada perusahaan farmasi.

Terdapat sejumlah aspek yang memberi pengaruh naik turunnya nilai perusahaannya yakni profit, ukuran perusahaannya, serta perkembangan penjualannya. Aspek kesatu yang memberi pengaruh berpengaruh terhadap nilai perusahaan antara lain profitabilitas. Profitabilitas bisa dikatakan salah satu rasio perusahaan yang mampu menghasilkan profit perusahaan untuk kurun waktu tertentu. Penghasilan laba yang rendah atau menurun menunjukkan bahwasannya kinerja perusahaannya kurang baik. Apabila perusahaan berada dalam kondisi yang kurang baik dalam perkembangan dan rendah dalam tingkat penghasilan laba, maka perusahaan diprediksi akan kesulitan untuk memperoleh sumber pendanaan dari pihak luar. Karena pada akhirnya yang terpenting adalah perusahaan dapat menghasilkan profit atau keuntungan yang besar untuk

kesejahteraan para investor (Jarrah, 2016).

Faktor kedua dalam penelitian penulis yaitu ukuran perusahaan yang dapat berpengaruh pada struktur nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memberikan gambaran besar ataupun kecil suatu perusahaannya. Ukuran perusahaan yang kecil mendapatkan penawaran pinjaman yang lebih sedikit dari kreditor dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai ukuran besar atas perusahaannya. Karena dari pandangan kreditor jumlah aset yang sedikit mempengaruhi jumlah pinjaman dengan pertimbangan aset untuk jaminan pinjaman. Sehingga perusahaan dengan ukuran yang kecil lebih sulit mendapatkan pinjaman modal yang besar untuk mengembangkan usahanya (Suryana & Rahayu, 2018).

Faktor ketiga yang memberi pengaruh nilai perusahaan adalah pertumbuhan ataupun perkembangan penjualan. Pertumbuhan penjualan bisa diberi arti yakni sebagaimana kenaikan atau ekskalasi jumlah penjualan pertahunnya ataupun dari waktu ke waktu. Tingkat kenaikan penjualan yang rendah memberi cerminan kinerja pemasaran dan perkembangan perusahaan yang tidak baik. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan tidak meningkat membuat investor tidak yakin untuk mengalokasikan dana yang dimilikinya untuk perusahaan tersebut. Pertumbuhan penjualan yang rendah mempengaruhi perusahaan untuk mendapatkan laba yang besar karena perusahaan tidak mampu menutup biaya-biaya operasional (Hendraliany, 2019).

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

Nilai yang dimiliki perusahaan adalah keadaan baik tertentu yang sudah diraih sebuah perusahaan sebagaimana gambaran dari rasa percaya masyarakat atas perusahaan sesudah melewati sebuah prosesi kegiatan selama semasa bertahun-tahun sejak perusahaan itu berdiri hingga masa kini (Hery, 2017: 5). Nilai perusahaan merupakan nilai yang ada di perusahaan menurut investor

tentang kinerja perusahaan, baik kinerja manajemen saat ini maupun kinerja manajemen perusahaan untuk kedepannya (Firdaus, 2020). Nilai perusahaan dijadikan salah satu pengukuran suatu perusahaan untuk menilai apakah perusahaan tersebut baik atau tidak, dan penilaian bagi investor apakah perusahaan tersebut bagus untuk dijadikan lahan berinvestasi atau malah sebaliknya. Salah satunya target perusahaan adalah menaikkan nilai perusahaan, peningkatan itu bisa digambarkan dengan harga saham yang tinggi hingga kumpulan investor semakin yakin untuk berinvestasi dan menanam modalnya di perusahaan itu (Riyadi, 2018).

Semua perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang baik sebagai citra perusahaan tersebut. Tinggi rendahnya harga saham perusahaan dipasar modal dapat diberi pengaruh daripada kinerja keuangan. Artinya perusahaan mampu memberi hasil kinerja keuangan yang bagus maka membuat nilai perusahaan melambung. Dengan melambungnya nilai perusahaan akan diikuti dengan naiknya harga perlembar saham yang diperdagangkan di pasar bursa. Berdasarkan peningkatan harga saham tersebut sehingga nilai perusahaan atas pandangan investor juga ikut meningkat (Br Purba & Effendi, 2019).

2.2 Profitabilitas

Profitabilitas yakni kapabilitas perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam hubungan dengan penjualannya, total aktiva ataupun modal sendiri (Akhmadi & Ariandini, 2018). Profit adalah salah satu kapabilitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan bersih dalam kurun waktu tertentu. Rasio profit bisa dikatakan rasio yang dipergunakan guna pengukuran kapabilitas perusahaan dalam menciptakan keuntungan semasa periode tertentu atas aktivitas operasional (Hendraliany, 2019).

Pengelola perusahaan dianjurkan untuk terus menaikkan hasil imbal (*return*) atas empunya perusahaan, sekaligus menaikkan kesejahteraan karyawannya. Semua itu terjadi bilamana

perusahaan mendapat keuntungan dalam aktivitas bisnis serta bisa menggoda para penanam modal. Makin tinggi kapabilitas perusahaan mendapat keuntungan, maka makin besar juga laba yang diharapkan investor, hingga nilai perusahaannya lebih baik. Secara keseluruhan, investor akan menanamkan sahamnya di perusahaan yang bisa menciptakan profit yang besar. Serta bisa juga malah sebaliknya yakni para investor tidak tertarik lagi untuk mempercayakan dananya bilamana perusahaan itu menghasilkan profit rendah (Suryana & Rahayu, 2018).

2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yakni suatu skala yang bisa diklasifikasi besar kecil perusahaan sesuai dengan berbagai macam cara diantaranya total aset, nilai pasar saham dan lain-lainnya. Ukuran yang dimiliki perusahaan memberi cerminan aset yang dipunyai dari perusahaan. Pada dasarnya perusahaan besar aset yang dimiliki lebih banyak dibanding perusahaan yang kecil, sehingga dengan kepemilikan aset tersebut mempermudah perusahaan untuk masuk ke pasar modal (Hery, 2017: 11). Ukuran perusahaan merupakan skala perusahaan yang bisa menjabarkan tingkat kesuksesan perusahaan tersebut. Makin besar ukuran sebuah perusahaannya, maka perusahaan dirasa makin mudah guna mendapatkan pendanaan nantinya digunakan untuk aktivitas untuk perkembangan perusahaan. Perusahaan besar mempunyai banyak unit usaha dan mempunyai potensi yang baik untuk peningkatan tujuannya dalam jangka panjang perusahaan yakni menaikkan nilai perusahaan (Cahyani & Wirawati, 2019).

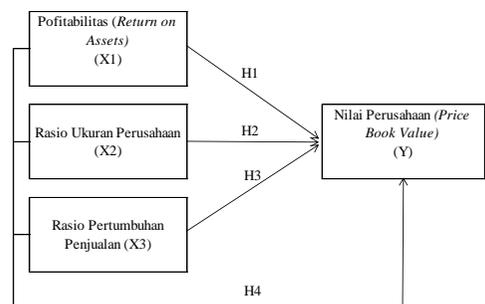
2.4 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan naiknya penjualan pertahun atau berdasarkan waktu ke waktu. Rasio pertumbuhan penjualan bisa memberi cerminan kapabilitas perusahaan untuk menaikkan penjualan perusahaan yang diharapkan terus meningkat. Pertumbuhan penjualan

memberi cerminan keberhasilan investasi priode masa lalu serta bisa dijadikan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa mendatang (Riyadi, 2018). Pentingnya tingkat pertumbuhan penjualan bagi keberhasilan perusahaan dapat menjadi pusat perhatian bagi para investor dan menyebabkan investor menjadi tergoda di perusahaan yang mempunyai penjualan yang tinggi. Hal tersebut disebabkan adanya hubungan yang dekat antara nilai saham dengan tingkat pertumbuhan perusahaan dalam memberikan keuntungan. Karena dengan jenjang berkembangnya perusahaan yang terus membaik dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Arifin, 2017).

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan variable terikat. Berdasarkan judul penelitian ini mengenai analisis profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan” berdasarkan hasil analisis yang diperoleh serta pembahasan yang telah disampaikan tersebut maka didapatkan simpulan bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah penelitian bersifat kuantitatif berbentuk angka-angka yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang dibuat perusahaan farmasi yang terdata di BEI.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah data perusahaan manufaktur sektor farmasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015-2019 yang jumlahnya sepuluh perusahaan. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah dengan metode *purposive sampling* agar diperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria dan ketentuan yang sudah ditetapkan peneliti dari anggota keseluruhan populasi. Adapun kriteria yang ditetapkan yaitu: (1) Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. (2) Perusahaan farmasi yang memberikan pelaporan keuangan secara beruntun dalam kurun waktu 2015-2019. (3) Perusahaan yang laporan keuangannya menggunakan satuan nilai rupiah. (4) Perusahaan yang mendapatkan laba positif selama periode 2015-2019.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan metode dokumentasi perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh adalah *Rerurn on Assets*, Rasio Ukuran Perusahaan, Rasio Pertumbuhan Penjualan dan *Price Book Value* yang berasal dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang terdata di BEI dari tahun 2015-2019 yang bersumber dari website www.idx.co.id.

3.4 Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Data yang sudah didapatkan kemudian diolah dengan analisis statistik deskriptif yang hasilnya berupa tabel

yang terdapat nama-nama variabel yang diteliti, rata-rata, deviasi standar, nilai maksimal & minimal yang kemudian disertai penjelasan yang berbentuk narasi tentang interpretasi isi tabel (Chandrarini, 2017: 139).

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian akan dilakukan dengan cara pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui atau menguji apakah variabel pengganggu terdistribusi secara normal dalam model regresi tersebut (Priyanto, 2016: 109). Pengujian ini menggunakan grafik histogram, uji *normal probability plot* dan tabel *kolmogorov-smirnov*. Pengujian multikolinearitas memiliki tujuan guna untuk mengetahui apakah adanya hubungan antara variabel-variabel bebas ditemukan pada model regresi. Model dalam regresi dikatakan baik apabila tidak adanya korelasi atau hubungan yang tinggi diantara variabel tidak terikat (Priyanto, 2016: 116).

Uji asumsi klasik selanjutnya adalah pengujian heteroskedastisitas tujuannya adalah untuk mengetahui terjadi ketidaksamaan varian atas pengamatan yang satu dan pengamatan selanjutnya. Suatu regresi dikatakan baik jika tidak terjadinya heteroskedastisitas. Apakah terdeteksi ataupun tidak heteroskedastisitas didalam penelitian tersebut mempergunakan menggunakan uji *spearman* (Priyanto, 2016: 117). Tujuan uji autokolerasi adalah untuk pengujian apakah ada kolerasi diantara residual diperiode saat ini dengan residual diperiode masa lalu dalam suatu model persamaan regresi. Sebuah model persamaan regresi bisa disebut baik bilamana tidak terdapat gejala autokolerasi. Metode pengujian yang dipergunakan yakni berdasarkan uji *Durbin-Watson* (DW) (Santoso, 2012: 241).

3. Analisis Linier Berganda

Penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dikarenakan melibatkan variabel independen yang diteliti tidak hanya satu melainkan. Tujuannya agar bisa menganalisis

bagaimana pengaruh beberapa variabel bebas berdasarkan satu variabel yang dipengaruhinya (Priyanto, 2016: 92).

4. Uji Hipotesis

Uji T memiliki tujuan untuk pengujian seberapa jauh variabel-variabel X (ROA, Ln Aset, *Growth*) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel Y (nilai perusahaan) (Priyanto, 2016: 97). Pengujian dilakukan berdasarkan tingkat signifikansi 0,05 berdasar kriteria pengambilan putusan berikut: (1) Apabila nilai signifikansi $t < 0,05$, maka secara individual variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. (2) Apabila nilai signifikansi $t >$ dari 0,05, maka secara individual variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji F diujikan dengan tujuan untuk menunjukkan pengaruh secara bersamaan beberapa variabel bersifat bebas terhadap satu variabel terikat. Perhitungan uji ini dilakukan dengan cara perbandingan antar nilai signifikansi f (Priyanto, 2016: 99). Pengujian dilakukan

berdasarkan tingkat signifikansi 0,05 berdasar kriteria pengambilan putusan berikut: (1) Jika nilai signifikansi $f < 0,05$, maka secara bersamaan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (2) Jika nilai signifikansi $f > 0,05$, maka secara bersamaan variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini bertujuan supaya bisa mendeteksi seberapa besarnya pengaruh variabel bebas (ROA, Ln Aset, *Growth*) secara bersamaan terhadap variabel yang dipengaruhi (nilai perusahaan). Analisis ini memberikan penjelasan sejauh mana kemampuan nilai R^2 dengan ketentuan jika nilai R^2 rendah kemampuan menjelaskannya juga rendah begitu juga sebaliknya (Priyanto, 2016: 97).

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Statistik Deskriptif

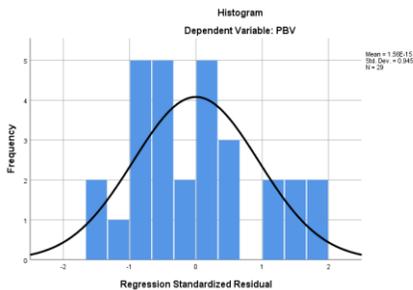
Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	34	.66	4.52	2.3104	.72091
LnAssets	35	2.94	3.17	3.0729	.06988
Growth	30	-.76	3.08	1.9470	.82655
PBV	35	-.53	2.01	.9088	.72738
Valid N (listwise)	29				

Dari hasil tabel 1. diatas dapat diketahui uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa rasio nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai paling rendah sebesar -0,53, nilai paling tinggi sebesar 2,01, rata-rata nilainya sebesar 0,9088 dan nilai *standard deviation* sebesar 0,72738. Variabel ROA memiliki nilai paling rendah sebesar 0,66, nilai paling tinggi sebesar 4,52, rata-rata nilainya sebesar 2,3104 dan *standard deviation* sebesar 0,72091. Variabel Ln Aset memiliki nilai paling rendah sebesar 2,94, nilai paling tinggi sebesar 3,17, rata-rata nilainya sebesar 3,0729 dan

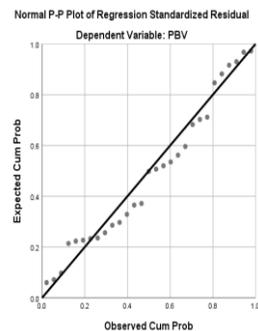
standard deviation sebesar 0.06988. Variabel *Growth* nilai paling rendah sebesar -0,76, nilai paling tinggi sebesar 3,08, rata-rata nilainya sebesar 1,9472 dan *standard deviation* sebesar 0,82655.

4.2 Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik Histogram

Dari hasil ilustrasi grafik pada gambar 2, menunjukkan bahwa bentuk kurva mirip dengan bentuk lonceng maka kesimpulannya data-data penelitian yang digunakan terdistribusi secara normal. Selain menggunakan grafik histogram, uji normalitas juga menggunakan uji lainnya yang ditunjukkan pada ilustrasi gambar di bawah ini:



Gambar 3. Grafik *Normal P-P Plot*

Berdasarkan ilustrasi gambar 3. Berdasarkan ilustrasi gambar 3. tersebut dapat memberikan gambaran bahwa data variabel yang digunakan berdistribusi normal karena titik-titik pada gambar tersebar disekitaran garis diagonal, dan selalu mengikuti dan tidak jauh dari garis diagonal. Namun uji normalitas sebaiknya tidak hanya dengan grafik saja karena tidak selalu tepat sehingga perlu pengujian normalitas data yang lain seperti *Kolmogorov-Smirnov* agar lebih meyakinkan jika data-data tersebut telah terdistribusi secara normal. Berikut merupakan hasil dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov*:

Tabel 2. Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Simornov Test*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		29
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.54200266
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.118
	Negative	-.098
Test Statistic		.118
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Hasil tabel di atas menunjukkan bahwa nilai hasil signifikansinya *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200 dan nilainya lebih dari 0,05. Dari data tersebut dapat dilihat tidak menunjukkan adanya perbedaan data yang sudah

Diujikan dengan data bakunya. Maka dari perhitungan tersebut berarti data penelitian sudah berkontribusi secara normal.

4.3 Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-12.284	5.665		-2.168	.040		
ROA	.590	.215	.459	2.737	.011	.945	1.058
LnAssets	3.811	1.831	.341	2.081	.048	.992	1.008
Growth	.098	.133	.123	.733	.470	.946	1.057

Berdasarkan tabel 3. diatas, diketahui bahwa nilai *tolerance* ROA sebesar 0,945, *Ln Assets* sebesar 0,992, *growth* sebesar 0,946 dan nilai VIF ROA sebesar 1,058, *Ln Assets* sebesar 1,008, *growth* sebesar 1,057, dimana nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka

dengan hasil yang didapatkan tersebut bisa disimpulkan jika variabel dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

4.4 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

		ROA	LnAssets	Growth	Unstandardized Residual
Spearman's rho	ROA	1.000	.114	-.178	.161
		.	.520	.357	.404
		34	34	29	29
LnAssets		.114	1.000	-.163	.040
		.520	.	.389	.837
		34	35	30	29
Growth		-.178	-.163	1.000	-.086
		.357	.389	.	.658
		29	30	30	29
Unstandardized Residual		.161	.040	-.086	1.000
		.404	.837	.658	.
		29	29	29	29

Tabel 4. adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan model *spearman's*, dari hasil tabel dapat dijelaskan nilai signifikansi ROA sebagai X1 sebesar 0,404 lebih besar dari 0,05, nilai signifikansi *Ln Assets* sebagai X2 sebesar 0,837 lebih besar dari 0,05, selanjutnya nilai signifikan

Growth sebagai X3 sebesar 0,658 lebih besar dari 0,05. Jadi kesimpulannya uji heteroskedastisitas model *spearman's* diatas menunjukkan tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas.

4.5 Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.579 ^a	.335	.255	.57360	1.503

Berdasarkan tabel 5. Diatas dengan nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 1,503, artinya nilai DW berada pada interval -2 sampai dengan 2 maka dapat diperoleh -

$2 < 1,503 < 2$. Hasil tersebut berarti bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

4.6 Uji Analisis Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Linear Berganda
Coefficients^a

	Model	B	Std. Error	Standardized Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-12.284	5.665		-2.168	.040
	ROA	.590	.215	.459	2.737	.011
	LnAssets	3.811	1.831	.341	2.081	.048
	Growth	.098	.133	.123	.733	.470

Dengan hasil tabel 6 diatas, peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Untuk nilai konstanta memiliki nilai sebesar -12.284, jika ROA (X1), Ln Assets (X2) dan Growth (X3) memiliki nilai sejumlah 0, maka *price book value* (Y) mempunyai nilai sejumlah -12.284.
2. Untuk variabel ROA, nilai untuk koefisienya sebesar 0,590. Artinya adalah jika terjadi pertambahan ROA (X1) sebesar 1% maka *price book value* (Y) diperkirakan mengalami peningkatan dengan nilai 0,590. Nilai Koefisien yang positif berarti terjadi adanya hubungan kearah positif antara ROA (X1) untuk *price book value* (Y), jika ROA perusahaan naik maka *price book value* akan mengalami kenaikan.
3. Untuk variabel Ln Assets nilai untuk koefisien regresinya adalah 3,811. Penjelasananya adalah bahwa jika

terjadi pertambahan Ln Assets (X2) sebesar 1% berarti *price book value* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 3,811. Koefisien dengan nilai positif artinya terjalin hubungan positif antara rasio Ln Assets (X2) dengan *price book value* (Y), jika Ln Assets perusahaan naik maka *price book value* akan mengalami kenaikan.

4. Variabel *growth* mempunyai koefisien regresi senilai 0,098. Menunjukkan bahwa apabila terjadi tambahan *growth* (X3) sebesar 1% berarti *price book value* (Y) diprediksi juga mengalami kenaikan sebesar 0,098. Nilai koefisien yang positif artinya terjadi hubungan positif antara *growth* (X3) dengan *price book value* (Y), jika *growth* perusahaan naik maka *price book value* akan mengalami kenaikan.

4.7 Uji Parsial (Uji T)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12.284	5.665		-2.168	.040
	ROA	.590	.215	.459	2.737	.011
	LnAssets	3.811	1.831	.341	2.081	.048
	Growth	.098	.133	.123	.733	.470

Dari hasil tabel 7. dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas (ROA) memiliki nilai signifikan sebesar $0,011 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan

(PBV). Kriteria kedua dengan cara membandingkan t hitung $> t$ tabel, t hitung sebesar 2,737 sedangkan t tabel sebesar 1,70814 maka $2,737 > 1,70814$. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

2. Ukuran Perusahaan (*Ln Assets*) hasil nilai signifikansinya sebesar $0,048 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel ukuran perusahaan (*Ln Assets*) terhadap nilai perusahaan (PBV). Jika menggunakan kriteria kedua dengan t hitung $> t$ tabel, t hitung sebesar 2,081 dan t tabel sebesar 1,70814 maka dapat diperoleh $2,081 > 1,70562$. Dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (*Ln Assets*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).
3. Pertumbuhan penjualan (*Growth*) memiliki nilai signifikan sebesar 0,470

$> 0,05$ artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara kedua variabel yaitu variabel pertumbuhan penjualan (*Growth*) terhadap nilai perusahaan (PBV). Jika menggunakan kriteria kedua yaitu t hitung $> t$ tabel, maka t hitung sebesar 0,733 dan t tabel sebesar 1,70814 maka dapat diperoleh $0,733 < 1,70814$. Dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan (*Growth*) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

4.8 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.139	3	1.380	4.193	.016 ^b
	Residual	8.225	25	.329		
	Total	12.364	28			

Dalam uji ini dapat dilakukan perhitungan F hitung yaitu diketahui $df_1 = k-1$ maka $4-1 = 3$ dan $df_2 = n-k$ atau $29-4 = 25$, maka hasil yang diperoleh dari F tabel yaitu sebesar 2,99, serta hasil tabel 4.8 diperoleh nilai F hitung sebesar 4,193. Jadi nilai F hitung $4,193 > 2,99$ dan nilai signifikansinya $0,016 <$

$0,05$ dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (ROA), Ukuran Perusahaan (*Ln Assets*) dan Pertumbuhan Penjualan (*Growth*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.335	.255	.57360

Hasil dari tabel 4.9 menghasilkan nilai R^2 sebesar 0,255. Artinya sumbangan variabel yang dipresentasikan oleh profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (*Ln Assets*) dan pertumbuhan penjualan (*Growth*) dalam model regresi sebesar 25,5%. Jadi sisanya 74,5% bisa saja dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian yang lainnya.

4.10 Analisis Profitabilitas (*Return on Assets*) Terhadap Nilai Perusahaan (*Price Book Value*)

Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA)

menghasilkan nilai signifikansinya sebesar $0,011 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,737 > 1,70814$. Maka dapat ditarik kesimpulan profitabilitas (ROA) mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Price Book Value*). Berarti semakin tinggi profitabilitas (ROA) juga akan membuat nilai perusahaan meningkat. Hal ini disebabkan oleh manajemen perusahaan yang bekerja dengan baik dan maksimal dalam mengelola aset perusahaan sehingga menghasilkan laba perusahaan. Maka dengan meningkatnya profit perusahaan, akan membuat investor menaruh rasa percaya

untuk berninvestasi dan berdampak pada peningkatan saham perusahaan dan tentunya nilai yang ada diperusahaan juga mengikuti peningkatan.

4.11 Analisis Ukuran Perusahaan (*Ln Total Assets*) Terhadap Nilai Perusahaan (*Price Book Value*)

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi ukuran perusahaan (*Ln Total Assets*) sebesar $0,048 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,081 > 1,70814$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan (*Ln Total Assets*) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan pada nilai perusahaan (*Price Book Value*). Perusahaan yang besar lebih mudah dikenal oleh masyarakat terutama para investor. Ukuran perusahaan yang besar mengisyaratkan bahwa perusahaan mampu tumbuh dan bersaing serta menuju kemajuan yang pesat. Sehingga perusahaan yang besar lebih mudah untuk memasuki pasar modal karena investor mempunyai kepercayaan yang lebih. Kepercayaan investor tersebut menggambarkan nilai perusahaan yang semakin meningkat.

4.12 Analisis Pertumbuhan Penjualan (*Growth*) Terhadap Nilai Perusahaan (*Price Book Value*)

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,470 > 0,05$, nilai $t_{hitung} 0,733 < 1,70814$ dapat ditarik kesimpulan pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Price Book Value*). Hal ini menunjukkan bahwasanya tingginya pertumbuhan penjualan tidak pasti berdampak menaikkan nilai perusahaan secara cepat dan signifikan. Dapat disimpulkan bahwa penjualan yang besar bukan menjadi pendapatan bersih yang diterima oleh perusahaan karena belum dikurangi atas semua beban untuk pembiayaan yang dikeluarkan perusahaan. Karena untuk meningkatkan penjualan yang besar harus diikuti dengan besarnya pembiayaan yang besar oleh perusahaan. Hal tersebut

akan membuat investor ragu untuk mengeluarkan dana lagi untuk investasi dan pengaruhnya juga kecil terhadap nilai perusahaan.

4.13 Analisis Profitabilitas (ROA), Ukuran Perusahaan (*Ln Total Assets*), dan Pertumbuhan Penjualan (*Growth*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV)

Dari hasil uji f menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} 4,193 > f_{tabel} 2,99$ dan tingkat signifikan f sebesar $0,016 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (*Ln Assets*) dan pertumbuhan penjualan (*Growth*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) di Bursa Efek Indonesia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa beberapa variabel memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan yang tinggi dan baik akan meningkatkan nilai perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan penjelasan yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan antara lain sebagai berikut :

1. Profitabilitas (ROA) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Ukuran perusahaan (*Ln Total Asset*) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Pertumbuhan penjualan (*Growth*) secara parsial mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (*Ln Total Asset*) dan pertumbuhan penjualan (*Growth*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian serta bahasan yang sudah dijelaskan di atas, berikutnya peneliti akan memberikan saran atau bahan masukan untuk dijadikan pertimbangan di masa

mendatang: (1) Untuk investor, diperlukan untuk penganalisisan faktor yang dapat memberi pengaruh atas nilai perusahaannya, misalnya profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan agar dapat menjadikan pertimbangan didalam mengambil putusan investasi hingga bisa memperoleh dividen yang optimal. (2) Untuk peneliti selanjutnya, didalam penelitian tersebut hanya membahas perusahaan sektor farmasi di BEI, hingga peneliti berharap supaya peneliti selanjutnya bisa meneliti diperusahaan sektor lainnya serta menambah variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, F. (2017). Pengaruh Risiko Bisnis, Beban Pajak dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Intervening pada Perusahaan Properti yang Tercatat Di BEI. *Jurnal Akuntanika Universitas Tridianti Palembang*, 3(2).
- Br Purba, N. M., & Effendi, S. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 64. <https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1013>
- Cahyani, G. A. P., & Wirawati, N. G. P. (2019). Pengaruh Likuiditas, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27, 1263–1289. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p16>
- Firdaus, I. (2020). The Effect of DER, TATO, ROA and Share Price to PBV (Studies on the food and beverage industry on the Indonesia Stock Exchange period of 2012-2018). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i2.153>
- Hery. (2017). *Riset Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Jariah, A. (2016). Likuiditas, Leverage, Profitabilitas Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia Melalui Kebijakan Dividen, 1(2), 108–118.
- Priyanto, D. (2016). *SPSS Handbook Analisis Data, Olah Data, & Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Yogyakarta: PT BUKU SERU.
- Riyadi, S. (2018). Analisis Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur (Studi Empris pada Perusahaan Manufkatur yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2015). *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(1), 38–43.
- Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS Pada Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Suryana, F. N., & Rahayu, S. (2018). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *E-Proceeding of Management*, 5(2), 2262–2269.