



PENGARUH FIRM SIZE, SALES GROWTH DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR PADA SEKTOR HEALTHCARE, TEKNOLOGI SERTA MAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020

Nanda Mutiara^{1*}, Unggul Purwohedi², Sri Zulaihati³
^{1,2,3}Universitas Negeri Jakarta

Email: nandamutiara0411@gmail.com^{1*}, upurwohedi@gmail.com², srizulaihati@unj.ac.id³

Abstract

This study uses empirical evidence to confirm the impact of firm size, sales growth, and profitability on firm value. The data collection method used in this research is the documentation study method. The research approach used is quantitative. This study uses secondary data from the 2017-2020 financial statements Healthcare, Technology, and Food and Beverage Companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Using the purposive sampling method, 37 samples were collected from a population of 120 companies comprising the study. The analytical techniques used are Multiple Linear Regression Analysis, Descriptive Statistics, Analysis Requirements Test (Normality Test and Linearity Test), Classical Assumption Test (Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test and Autocorrelation Test), Model Feasibility Test and Hypothesis Testing using SPSS version 25. Results The research shows that company size and sales growth have no effect on firm value, while profitability has a positive effect on firm value. To provide further research progress, namely to be able to expand other variables that affect the value of the company and increase the research period for the following year.

Keywords: Firm Size, Sales Growth, Profitability and Firm Value

Abstrak

Penelitian ini menggunakan bukti empiris untuk mengkonfirmasi dampak “ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.” Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan keuangan tahun 2017-2020 “Perusahaan Healthcare, Teknologi, serta Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.” Menggunakan metode purposive sampling, 37 sampel dikumpulkan dari populasi 120 perusahaan yang terdiri dari penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Statistik Deskriptif, Uji Peryaratan Analisis (Uji Normalitas dan Uji Linieritas), Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas dan Uji Autokorelasi), Uji Kelayakan Model dan Uji Hipotesis menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa “ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.” Untuk memberikan kemajuan peneliti selanjutnya yaitu dapat memperluas variabel lainnya yang memengaruhi nilai perusahaan dan menambah periode penelitian tahun berikutnya

Kata kunci: Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi Indonesia selama pandemi dalam keadaan yang tidak menentu. Hal itu terlihat dari nominal peluang yang hilang untuk menciptakan nilai tambah sekitar Rp1,356 triliun. Penjelasan Menteri Keuangan dalam rapat paripurna DPR bahwa pandemi berdampak besar terhadap perekonomian. Berbagai bisnis mengalami kesulitan akibat dampak pandemi, dan banyak yang akhirnya mengalami kebangkrutan. Namun, Agus Gumiwang Kartasasmita yang juga dikenal sebagai Menteri Perindustrian menjelaskan selama pandemi COVID19 berbagai sektor berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto Nasional, Investasi, dan Ekspor. Berikut ini adalah beberapa contoh dari sektor-sektor tersebut:

Tabel 1 Kontribusi Sektor dalam Ekonomi Pasca Pandemi

SubSektor	Kontribusi		
	Investasi	Ekspor	PDB
Industri Makanan Dan Minuman	Rp35,8 Triliun	19,58%	6,66%
Industri Kimia, Farmasi Dan Obat Tradisional	Rp16 Triliun	9,28%	1,96%
Industri Logam Dasar	Rp56,4 Triliun	13,78%	1,57%,
Industri, Komputer, Barang Optik Elektronik, Dan Peralatan Listrik	-	7,63%	
Industri Alat Angkutan	Rp8,9 Triliun	-	1,46%,
Industri Tekstil dan pakaian jadi	-	5,86%	1,05%

Source: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia 2021

Berdasarkan tabel tersebut, beberapa perusahaan industri mengalami kenaikan selama pandemi Covid-19. Pandemi saat ini telah membuka peluang bagi perusahaan yang bergerak di bidang Kesehatan. Pentingnya obat-obatan, perangkat medis, dan tenaga kesehatan menjadi sebuah peluang bagi para investor untuk berlomba-lomba dalam mengembangkan vaksin COVID-19, pengadaan suplemen, vitamin, serta berbagai obat-obatan untuk meningkatkan kekebalan tubuh. Pemerintah telah mengklasifikasikan sektor kesehatan sebagai anggota kelompok Sektor yang menjadi prioritas dalam mewujudkan Program Making Indonesia 4.0. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ofeser & Susbiyantoro (2021), Subsektor *pharmaceutical* menunjukkan tidak adanya pengaruh dari keberadaan Covid 19, hal tersebut ditunjukkan terdapat kenaikan nilai perusahaan dibandingkan sebelumnya tahun sebelumnya.

Selain Sektor *Healthcare*, terdapat Sektor lain yang mengalami perkembangan saat pandemi yaitu Sektor Teknologi. Menurut Menkominfo pada siaran pers pada tanggal 6 Desember 2021 menyatakan bahwa adanya kemajuan teknologi digital disebabkan karena peningkatan permintaan global serta efek dari pandemi Covid-19. Maka, saat ini transformasi digital akan menjadi sebuah prioritas utama bagi bangsa. Meskipun penggunaan teknologi mengalami peningkatan, namun masih banyak perusahaan teknologi di Indonesia yang mengalami penurunan penjualan pada periode 2020 antara lain Kioson Komersial Indonesia Tbk sebesar -68%, Limas Indonesia Makmur Tbk sebesar -37%, Metrodata Electronics Tbk sebesar 7%.

Selanjutnya Sektor yang tidak kalah penting Sektor Industri Makanan dan Minuman yang memberikan kontribusinya pada Produk Domestik Bruto (PDB) negara sebesar 6,66% dan ekspor sebesar 19,58%. Sektor ini sangat berperan penting dalam pandemi karena menyediakan berbagai kebutuhan pangan masyarakat. Tercatat bahwa terdapat dampak positif dari adanya kenaikan Ekspor dan kontribusinya terhadap PDB yaitu adanya kenaikan Investasi sebesar Rp35,8 triliun. Maka dari hal tersebut adanya kenaikan dalam investasi maka dijadikan dasar analisis untuk melihat faktor-faktor yang memengaruhi hal tersebut dalam kaitannya dengan nilai perusahaan.

Menurut Gustyomansintyaadnyani et al. (2020), Ukuran Perusahaan mewakili kapasitas keuangan perusahaan dalam periode tertentu, yang tercermin pada aset perusahaan, dan berfungsi sebagai metrik untuk mengevaluasi keberhasilan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Zhafiira & Andayani, 2019; Dolontelide & Wangkar, 2019; Rahayu, 2020; Alfinur & Hidayat, 2021; Yulimtinan & Atiningsih, 2021; Sondakh, 2019; dan Radja & Artini, 2020). Namun Hal tersebut tidak sejalan dengan (Emanuel & Rasyid, 2019; Afinindy et al., 2021; Khoeriyah,

2020; Katharina et al., 2021; dan Margono & Gantino, 2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan menjadi kemampuan suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan yang tercermin dari perubahan penjualan tahunan (Imawan, 2021). Karena semakin perusahaan berkembang maka nilai perusahaan semakin meningkat (Gustinyomansintyaadnyani et al., 2020; Dolontelide & Wangkar, 2019; dan Putri & Rahyuda, 2020). Namun tidak sejalan dengan (Alfinur & Hidayat, 2021; Yulimtinan & Atiningsih, 2021; dan Emanuel & Rasyid, 2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas menunjukkan besarnya laba yang diperoleh suatu perusahaan atau kondisi kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Putri & Rahyuda, 2020; Alfinur & Hidayat, 2021; dan Yulimtinan & Atiningsih, 2021). Namun hal tersebut tidak didukung oleh (Gustinyomansintyaadnyani et al., 2020; dan Emanuel & Rasyid, 2019), yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Penjelasan yang telah dipaparkan, peneliti melihat adanya gap penelitian yaitu masih menunjukkan hasil yang beragam atau terjadi inkonsistensi pada penelitian terdahulu. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti mengambil peran bahwa beberapa penelitian tersebut memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun hal tersebut perlu dilakukan pengujian apakah terdapat pengaruh positif yaitu "*Firm Size, Sales Growth dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.*" Selain itu masih sedikitnya penelitian yang menguji pengaruh pada Perusahaan Sektor *Healthcare* di Indonesia.

Dengan mengembangkan dan menguji model ini, kontribusi terhadap literatur adalah menambahkan bukti empiris serta dan digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, terutama bagi yang ingin meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan serta adanya pembuktian *research gap* yang terdapat pada penelitian sebelumnya. Selanjutnya dalam pelaksanaannya, penelitian ini berguna untuk memberikan informasi bagi investor dan kreditor dalam menganalisis informasi perusahaan dalam pengambilan keputusan serta dapat digunakan untuk memberikan informasi kepada manajemen perusahaan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal

Teori sinyal yang merupakan ide Akerlof dikembangkan oleh Spence pada tahun 1973 dengan model dasar pensinyalan seimbang. Spence menggambarkan pasar kerja dan menjelaskan bagaimana perusahaan yang berkinerja baik menggunakan informasi keuangan ini untuk memberi sinyal pasar (Spence, 1973). *Signalling theory* ini terkait dengan variabel profitabilitas dan pertumbuhan penjualan dimana semakin tinggi tingkat profitabilitas mencerminkan kinerja yang sangat baik dalam menjalankan bisnis (Putri & Rahyuda, 2020). Hal ini akan menjadi informasi bagi para pemegang saham perusahaan. Kenaikan nilai suatu perusahaan menyebabkan naiknya harga saham perusahaan tersebut. Sehingga hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Manajer yang menunjukkan sinyal kepada investor bertujuan untuk mengurangi ketidakseimbangan/asimetri informasi. Sinyal yang diberikan menggunakan komposisi laporan keuangan.

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan adalah hasil dari kegiatan pengelolaan asetnya, yang dinyatakan dalam harga saham yang bersedia dibeli publik di pasar modal. Indikator dalam mengukur nilai suatu perusahaan adalah "*Price Earnings Ratio, Price to Book Value, dan Tobin's Q*". Indikator

dalam mengukur nilai perusahaan yang digunakan adalah *PBV (Price to Book Value Ratio)*. Keunggulan *Price to book value* yaitu Pengukuran dengan format yang intuitif dan stabil untuk dibandingkan dengan harga pasar. Selain itu format ini disediakan standar akuntansi terpadu sehingga *PBV* dapat dibandingkan antara perusahaan lain dalam bentuk *overvaluation* atau *undervaluation*. Dan dapat memberikan kemudahan perhitungan bagi yang memiliki laba negatif yang mana sulit dinilai jika menggunakan *Price Earnings Ratio* (Gustian, 2017)

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang didapat dari pengukuran aset dalam suatu perusahaan. Berbagai indikator untuk mengukur nilai suatu perusahaan adalah “jumlah aset, ukuran log, nilai pasar saham, dan sebagainya” (Monoarfa, 2018). Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan *Log Natural Total Aset*, bertujuan untuk meminimalkan fluktuasi data yang berlebihan. Selanjutnya, natural log menyederhanakan nilai aset yang bernilai triliunan, tetapi tanpa perubahan nilai aset yang sebenarnya.

Sales Growth

Pertumbuhan penjualan adalah kemampuan perusahaan dalam menciptakan pendapatan meliputi kemampuan untuk meningkatkan penjualan setiap tahunnya. Pertumbuhan penjualan adalah contoh investasi yang menguntungkan yang sebelumnya digunakan sebagai metode untuk memprediksi pertumbuhan di masa depan. Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mencerminkan penjualan yang meningkat, yang biasanya menghasilkan dividen yang lebih besar. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang konsisten memiliki keunggulan ketika mencari pinjaman karena mereka akan diberikan pinjaman yang lebih besar. Pertumbuhan penjualan suatu perusahaan akan menjadi cerminan dari efektifitas perusahaan dalam melakukan penjualan dengan sukses dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat memberikan laba atas investasi tunai.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan yang ditunjukkan dengan kinerjanya dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Menurut Hidayat, (2018), Indikator yang dapat digunakan sebagai ukuran profitabilitas adalah “*Return on Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)*, dan *Return On Investment (ROA)*”. Penelitian ini menggunakan *return on equity* dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total ekuitas. Berdasarkan Palepu et al. (2021), dalam buku *Business Analysis and Valuation*, *ROE* merupakan indikator kinerja perusahaan yang komprehensif karena menunjukkan efektivitas manajemen perusahaan dalam memanfaatkan dana yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham perusahaan untuk menghasilkan pengembalian

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Gustinyomansintyaadnyani dkk. (2020), ukuran perusahaan ini juga merupakan gambaran kemampuan keuangan perusahaan pada periode tertentu yang tercermin dari aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan menjadi tolak ukur dalam menilai kinerja perusahaan. Stabilitas dan profitabilitas bergantung pada ukuran bisnis. Hal ini tercermin dari kemudahan akses pasar modal dan meningkatnya biaya transaksi. Selain itu, skala perusahaan memfasilitasi kemampuannya untuk mengumpulkan kas dari sumber internal dan eksternal. Kombinasi pembiayaan sederhana dan manajemen yang efektif akan meningkatkan umpan balik bisnis dan memungkinkan pemegang saham potensial untuk berinvestasi di perusahaan.

Hal ini kemudian akan meningkatkan nilai Zhafiira & Andayani (2019); Dolontelide & Wangkar (2019); Rahayu (2020); Alfinur (2021); (Sondakh, 2019) dan (Radja & Artini, 2020). Kemudian dibangun hipotesis sebagai berikut:

H1: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran kinerja suatu perusahaan berdasarkan penjualan yang dihasilkan selama setiap periode (Alfinur & Hidayat, 2021). Peningkatan pertumbuhan penjualan yang positif akan menunjukkan nilai perusahaan yang besar, yang menjadi tujuan pemilik bisnis. Ekspansi yang cepat mempengaruhi meningkatnya kebutuhan modal, karena biaya yang lebih besar memerlukan investasi. Aset perusahaan akan disertai dengan peningkatan kinerja operasi dan peningkatan kepercayaan investor. Menurut Zhafiira & Andayani (2019) dan Dolontelide dkk. (2019), nilai perusahaan akan meningkat secara proporsional dengan tingkat pertumbuhannya (2019). Kemudian dibangun hipotesis sebagai berikut:

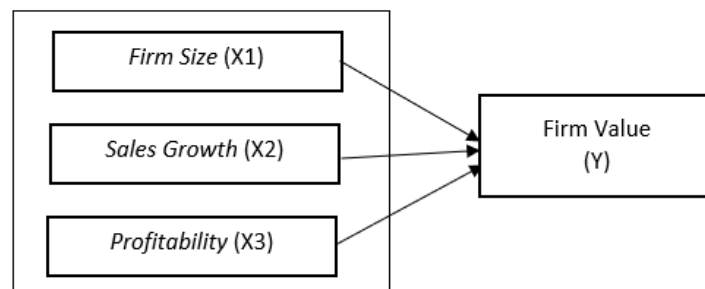
H2: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah tingkat keberhasilan yang telah dicapai perusahaan untuk menciptrakan keuntungan dari aktivitas normal yang dalam suatu kegiatan bisnis (Hery, 2018). Maka dapat disimpulkan profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan yang ditunjukan dari keberhasilan perusahaan memperoleh keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Perusahaan yang sangat menguntungkan menunjukkan bahwa kinerja dan prospek mereka sangat baik dan menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi. Kenaikan permintaan saham dan harga mencerminkan nilai perusahaan (Susila & Prena, 2019). Profitabilitas ini memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (I. G. A. P. Putri & Rahyuda, 2020; Bintara, 2018; dan Susila & Prena, 2019). Maka hipotesis yang dibangun sebagai berikut :

H3: Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

KERANGKA KONSEPTUAL



Deskripsi:

X1: Ukuran Perusahaan

X2: Pertumbuhan Penjualan

X3: Profitabilitas

→: Arah Hubungan

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif digunakan, dan penelitian akan berkembang melalui tahapan yang mencakup pengumpulan berbagai macam data sekunder. Dalam penelitian ini, data sekunder diambil dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia yang bergerak di sektor Kesehatan, Teknologi, serta Makanan dan Minuman selama periode 2017-2020. Ukuran Perusahaan (X1), Pertumbuhan Penjualan (X2), dan Profitabilitas (X3) merupakan variabel bebas dalam penelitian ini. Nilai Perusahaan merupakan variabel terikat dalam penelitian ini (Y)

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Nilai Perusahaan	Nilai Pasar saham terhadap nilai buku	$PBV = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$
2.	Ukuran Perusahaan	Keseluruhan total aset yang dimiliki perusahaan	$Firm\ Size : Ln (Total\ Asset)$
3.	Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan penjualan setiap periode	$\frac{Sales\ Growth}{Sales\ t - Sales\ (t - 1)} = \frac{Sales\ t - Sales\ (t - 1)}{Sales\ (t - 1)}$
4.	Profitabilitas	Kemampuan perusahaan mendapatkan laba berdasarkan modal	$ROE = \frac{Laba\ Bersih\ Setelah\ Pajak}{Total\ Ekuitas}$

Populasi dalam penelitian ini adalah 120 Perusahaan dan Sampel sebanyak 37 Perusahaan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* atau *Judgmental Sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan berbagai kriteria berdasarkan desain penelitian yang dimiliki dan sumber referensi sebelumnya (Purwohedi, 2022). Periode pengamatan dalam penelitian ini adalah tiga tahun, kemudian data penelitian adalah $37 \times 3 = 111$. Data tersebut akan dianalisis menggunakan program yaitu *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 25 pada Windows. Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan berbagai metode analisis antara lain statistik deskriptif, uji persyaratan analisis (uji normalitas dan uji linieritas), uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), uji kelayakan model (uji F), uji hipotesis, dan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI PERSYARATAN ANALISIS

Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan adalah *One-Sample Kolmogorov Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan bahwa data berdistribusi normal ditunjukkan dengan nilai *Asymp Sig 2-tailed* $> 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai *Asymp Sig 2-tailed* adalah 0,055, maka hasil penelitian menjelaskan bahwa data penelitian telah berdistribusi normal. Pengujian ini juga menjadi dasar untuk dapat melanjutkan penelitian untuk melakukan pengujian selanjutnya.

Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan salah satu bentuk pengujian yang dilakukan pada saat melakukan analisis uji korelasi. Pengujian tersebut bertujuan untuk melihat adanya hubungan linier yang signifikan dari masing-masing variabel. Linieritas ini merupakan gambaran model linier yang baik dalam menjelaskan hubungan pada masing-masing variabel. Suatu data dikatakan linier jika nilai *Deviation from Linearity* > 0.05). Berdasarkan hasil uji linearitas ukuran perusahaan, output menunjukkan bahwa angka *Deviation from Linearity* adalah 0,065

$> 0,05$. Pertumbuhan penjualan menunjukkan angka *Deviation from Linearity* sebesar $0,371 > 0,05$, dan Profitabilitas menunjukkan angka *Deviation from Linearity* sebesar $0,151 > 0,05$. Jadi ketiga variabel bebas menunjukkan hubungan yang linier dengan variabel terikat Nilai Perusahaan.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini penting dilakukan karena bertujuan untuk melihat apakah ada variabel bebas yang memiliki unsur yang sama dalam suatu penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data, hasil yang diperoleh dari pengujian ketiga variabel bebas menunjukkan bahwa angka toleransi $> 0,1$. dan Variance Inflation Factor (VIF) < 10 . Nilai yang dihasilkan menunjukkan tidak ada masalah multikolinieritas, sehingga model regresi penelitian ini dapat disimpulkan dengan baik.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah ketidaksamaan variasi dari residual dalam model regresi untuk periode pengamatan. Uji heteroskedastisitas akan diuji menggunakan uji glejser. Berdasarkan pengujian yang dilakukan pada penelitian ini, tidak ada masalah heteroskedastisitas yang ditunjukkan dengan angka Sig. ukuran perusahaan $0,078 > 0,05$, Sig. pertumbuhan penjualan adalah $0,942 > 0,05$ dan Sig. profitabilitas adalah $0,232 > 0,05$.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dalam penelitian dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Dari hasil uji Durbin Watson dapat diketahui nilai dW sebesar 1,921. Berdasarkan jumlah observasi (n) 111 dan variabel bebas (k') 3 dalam penelitian ini, nilai dU berdasarkan tabel Durbin-Watson adalah 1,746. Dengan demikian, nilai 4-dU atau 4-1.746 adalah 2.254. Berdasarkan perhitungan tersebut, penelitian ini dapat dikatakan memenuhi persamaan determinasi atau tidak ada autokorelasi ($dU < dw < 4 - dU$) yaitu $1,746 < 1,921 < 2,254$.

Uji Kelayakan Model

Uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk melakukan pengukuran dalam mencari ketepatan fungsi regresi (Ghozali, 2018). Model Goodness of Fit ini ditunjukkan melalui uji F pada Analysis of Variance (ANOVA). Model penelitian layak digunakan jika F hitung $> F$ tabel dan nilai Sig. $< 0,05$ (α). Hasil evaluasi menunjukkan nilai F-hitung sebesar 9,161 dan F-tabel sebesar 2,69 sampai dengan $9,161 > 2,69$. Berdasarkan tabel ANOVA menunjukkan bahwa Nilai Sig. $0,000 < 0,05$ maka model regresi linier yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan, *Sales Growth* dan Profitabilitas terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menjadi prosedur terstruktur dan sistematis yang bertujuan untuk memutuskan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda.

Tabel 3: Hasil Uji Hipotesis Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardize	T	Sig.
		d Coefficients		

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,370	,949		-,390	,697
	FirmSize	,055	,033	,150	1,655	,101
	SalesGrowth	,231	,240	,090	,963	,338
	Profitability	1,341	,349	,352	3,841	,000

a. Dependent Variable: SQRTfirmvalue

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa nilai konstanta adalah -0,370 dan untuk Ukuran Perusahaan adalah 0,055 sedangkan Pertumbuhan Penjualan adalah 0,231 dan ROE adalah 1,341. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda:

$$Y = -0,370 + 0,055X_1 + 0,231X_2 + 1,341X_3 + \varepsilon$$

Nilai konstanta yang dihasilkan adalah -0,370. Artinya jika variabel seperti “ukuran perusahaan (SIZE), pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas (ROE) semuanya 0, maka nilai perusahaan (PBV) akan menjadi -0,370. Koefisien regresi untuk variabel ukuran perusahaan (X1) adalah sebesar 0,055 yang menjelaskan bahwa antara “ukuran perusahaan dan nilai perusahaan memiliki nilai positif” yang artinya jika variabel independen lainnya memiliki nilai tetap dan ukuran perusahaan meningkat sebesar 1% maka nilai perusahaan (Y) akan meningkat sebesar Rp 0,055. Koefisien regresi untuk variabel pertumbuhan penjualan (X2) adalah sebesar 0,231 yang menjelaskan bahwa antara “Pertumbuhan Penjualan dan nilai perusahaan memiliki nilai positif” artinya jika variabel bebas lainnya memiliki nilai tetap dan pertumbuhan penjualan meningkat sebesar 1%, maka nilai perusahaan (Y) akan naik sebesar Rp.0.231. dan Koefisien regresi untuk variabel profitabilitas (X3) adalah sebesar 1,341 yang menjelaskan bahwa antara “profitabilitas dan nilai perusahaan” memiliki nilai positif yang artinya jika variabel independen lainnya memiliki nilai tetap dan profitabilitas meningkat sebesar 1% maka nilai perusahaan (Y) akan meningkat sebesar Rp 1,341.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*SIZE*) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini menolak hipotesis pertama (H1). Hasil pengujian hipotesis mendukung hal tersebut dengan nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 5% ($0,101 < 0,05$). Menurut Margono & Gantino (2021), tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan karena perusahaan dengan kepemilikan aset yang besar dapat menggunakan aset tersebut secara bebas, namun adanya kebebasan yang tidak efektif akan mengakibatkan penimbunan aset yang pada akhirnya perputaran aset semakin lama dan berdampak pada aset perusahaan. Pada penurunan nilai perusahaan Covid 19 membuat beberapa perusahaan industri menghentikan kegiatan operasional, termasuk kegiatan perkantoran. Hal ini menyebabkan perputaran aset tidak lancar dan penggunaan aset yang tidak efektif dan efisien. Selain itu, kondisi perusahaan yang akan dilikuidasi mengarahkan perusahaan untuk menutup utang dengan asetnya (Kurniawan & Damayanti, 2022). Aset yang dimiliki perusahaan pada masa pandemi tidak menunjukkan pengelolaan yang baik akibat penghentian kegiatan operasional, yang mengakibatkan penumpukan aset dan biaya yang masih harus dibayar. Kepemilikan satu rupiah aset harus mampu menciptakan penjualan. Penelitian dilakukan terhadap aset-aset yang masih menganggur akibat terhentinya kegiatan operasional dan tidak memiliki manfaat untuk menghasilkan laba yang diharapkan. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Afinindy et al., 2021;

Khoeriyah, 2020; dan Margono & Gantino, 2021) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Jadi H1 Tidak Diterima

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis mendukung hal tersebut dengan nilai probabilitas signifikansi ($0,338 < 0,05$). Menurut Afinindy et al. (2021), dalam melakukan investasi pertumbuhan penjualan tidak dipertimbangkan karena tingkat penjualan bukan merupakan jaminan bahwa investor akan menerima tingkat pengembalian yang mereka harapkan. Pertumbuhan penjualan tidak menjadi fokus utama dalam pengambilan keputusan investasi karena penjualan bukanlah hasil akhir yang masih perlu dikurangi dari berbagai biaya yang ada di perusahaan. Selain itu, peningkatan penjualan ini akan menyebabkan peningkatan kebutuhan dana. Berdasarkan laporan dari *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)*, pandemi Covid-19 telah membawa banyak ancaman krisis ekonomi yang cukup besar. Krisis tersebut dapat dilihat dari terhentinya kegiatan produksi di berbagai negara, menurunnya tingkat konsumsi yang dimiliki masyarakat, dan menurunnya kepercayaan konsumen sehingga pasar saham jatuh, dan ketidakpastian yang disebabkan oleh nilainya akan menyebabkan penurunan penjualan di sektor industri karena daya beli yang rendah. Jika penjualan di sektor industri menurun di masa krisis ekonomi akibat pandemi COVID-19, niscaya akan mempengaruhi kesehatan keuangan perusahaan secara keseluruhan, termasuk nilai aset lancarnya (Kustinah, 2021). Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alfinur & Hidayat, 2021; Yulimtinan & Atiningsih, 2021; dan Emanuel & Rasyid, 2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H2: Tidak Diterima

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas dengan indikator *Return on Equity (ROE)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini menerima hipotesis ketiga (H3). Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji hipotesis dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Temuan serupa ditunjukkan oleh penelitian Putri & Rahyuda, (2020), Semakin besar profitabilitas, semakin besar nilai perusahaan. Kenaikan profitabilitas perusahaan ini mengungkapkan apakah itu berfungsi dengan baik atau tidak karena menciptakan laba atas investasi. Investor percaya bahwa perusahaan dengan pendapatan yang stabil akan tumbuh menjadi perusahaan yang layak investasi karena mereka memiliki harapan untuk masa depan. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Putri & Rahyuda, 2020; Alfinur & Hidayat, 2021; dan Yulimtinan & Atiningsih, 2021) bahwa profitabilitas ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H3 diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, penulis penelitian ini menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin rendah nilai perusahaan yang terjadi tidak signifikan. Di sisi lain, semakin kecil ukuran perusahaan, semakin tinggi nilainya tidak signifikan. Selain itu, variabel pertumbuhan penjualan juga menghasilkan data yang menunjukkan tidak ada pengaruh antara pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin rendah nilai

perusahaan tidak signifikan. Sebaliknya, semakin rendah pertumbuhan penjualan, semakin tinggi nilai perusahaan tidak signifikan. Namun berbeda dengan hasil sebelumnya pada variabel profitabilitas menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan juga semakin tinggi secara signifikan.

Saran

Untuk memberikan kemajuan dari segi ilmu dan praktek di lapangan, penulis menawarkan saran untuk langkah selanjutnya yaitu penambahan variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dan perpanjangan periode penelitian tahun berikutnya di sektor yang sama, karena sektor ini memiliki kontribusi bagi negara dan peningkatan ekspor selama kondisi COVID-19. Kedepannya, sektor ini diharapkan dapat dimaksimalkan dan dimanfaatkan sebagai model bagi sektor-sektor lain untuk berkontribusi pada posisi perekonomian bangsa. Selanjutnya perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Ditemukannya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat memberikan kontribusi yang nyata bagi perusahaan, sehingga diharapkan dapat memperoleh laba yang stabil atau meningkat pada setiap periodenya.

REFERENCES

- Afinindy, I., Salim, U., & Ratnawati, D. K. (2021). The Effect of Profitability, Firm Size, Liquidity, Sales Growth on Firm Value Mediated Capital Structure. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4).
- Alfinur, & Hidayat, C. W. (2021). Firm Size, Sales Growth, profitability dan firm value pada sektor basic industry and chemical. *MBR (Management and Business Review)*, 5 (1), 85–92.
- Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). The Effect of Sales Growth and Firm Size on Firm Value in Food and Beverage Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3039–3048.
- Emanuel, R., & Rasyid, R. (2019). Pengaruh Firm Size, Profitability, Sales Growth, Dan Leverage Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Multiparadigma*, 1(2), 468–476.
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25* (A. Tejukusumo, Ed.; IX). Badan Penerbit Undip.
- Gustian, D. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi, Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi.*, 3(2), 84–100.
- Gustinyomansintyaadnyani, I., Gustingurah, I., & Suaryana, A. (2020). The Effect of Company Sizes, Sales Growth, And Profitability on Firm Values. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(6), 265–271. www.ajhssr.com
- Hery. (2018). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN (INTEGRATED AND COMPREHENSIVE EDITION)* (Adipramono, Ed.; 3rd ed.). PT Grasindo.
- Hidayat, W. W. (2018). *DASAR-DASAR ANALISA LAPORAN KEUANGAN* (F. Fabri, Ed.). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Imawan, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Ritel Di Bei Triyonowati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10 (1).
- Katharina, N., Winata, Y., & Andrian, C. (2021). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Return On Asset, Sales Growth, Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun

- 2016-2018 JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1028–1045.
- Khoeriyah, A. (2020). Pengaruh Size, Leverage, Sales Growth Dan IO Terhadap Nilai Perusahaan. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 13(1), 58–72. <https://doi.org/10.22441/profita.2020.v13i1.005>
- Kurniawan, R., & Damayanti, F. (2022). Analisa Laporan Keuangan Sebelum Dan Sesudah Pandemi Covid 19 Pada Perusahaan rokok yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 11(1), 40–58.
- Kustinah, S. (2021). KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2).
- Margono, F. P., & Gantino, R. (2021). Influence Of Firm Size, Leverage, Profitability, And Dividend Policy on Firm Value of Companies in Indonesia Stock Exchange. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 10(2), 45–61. <https://doi.org/10.12775/cjfa.2021.007>
- Monoarfa, R. (2018). The Role of Profitability in Mediating the Effect of Dividend Policy and Company Size on Company Value. *Business and Management Studies*, 4(2), 35. <https://doi.org/10.11114/bms.v4i2.3274>
- Ofeser, F., & Susbiyantoro, S. (2021). ANALISIS DAMPAK COVID-19 TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 10(1), 36. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i1.396>
- Palepu, K. G., Healy, P. M., Bernard, V. L. (Victor L., Wright, S. (Sue J., Bradbury, M., & Coulton, J. (2021). *Business Analysis & Valuation: Using Financial Statements* (K. McGregor, Ed.; 3rd ed.). Cenveo Publisher Services.
- Purwohedhi, U. (2022). *METODE PENELITIAN PRINSIP DAN PRAKTIK* (Tim Ras, Ed.; Vol. 1). Raih Asa Sukses.
- Putri, I. G. A. P., & Rahyuda, H. (2020). Effect of capital structure and sales growth on firm value with profitability as mediation. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 145–155. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.833>
- Radja, F. L., & Artini, L. G. S. (2020). The Effect of Firm Size, Profitability and Leverage on Firm Value (Study on Manufacturing Companies Sector Consumer Goods Industry Listed in Indonesian Stock Exchange Period 2017-2019). *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(11), 18–24. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v7i11p103>
- Rahayu, V. S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI periode 2015-2018). *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, Vol. 6 No. 1 (2020): April. <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4467>
- Saputri, D. R., & Bahri, S. (2021). The Effect of Leverage, Profitability, And Dividend Policy on Firm Value. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(6). <https://ijersc.org>
- Sondakh, R. (2019). The Effect of Dividend Policy, Liquidity, Profitability and Firm Size On Firm Value In Financial Service Sector Industries Listed In Indonesia Stock Exchange 2015-2018 Period. *Accountability*, 8(2), 91. <https://doi.org/10.32400/ja.24760.8.2.2019.91-101>
- Susila, M. P., & Prena, G. das. (2019). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(1), 80. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941>

- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. In *The Quarterly Journal of Economics* (Vol. 87, Issue 3).
- Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(1), 69–82. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/balance>
- Zhafiira, C. F., & Andayani. (2019). Pengaruh Sales Growth, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi, dan Firm Size Terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(4), 1–18.