

## **DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN**

**Alfian Restu Hari Pambudi**

Mahasiswa Akuntansi

Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung

Semarang

email : [alfianrestu53@gmail.com](mailto:alfianrestu53@gmail.com)

**Indri Kartika**

Dosen Pembimbing

Fakultas Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung

### ***ABSTRACT***

Firm value is the perspective of investors on the level of success of the company related to stock prices. Investors can view the financial statements to assess the good or bad financial performance of the company before investing in the company. Firm value is measured by Tobin's Q. This study aims to examine the effect of profitability, leverage, firm size, and sales growth on firm value. The population used in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2020 period. Sampling using purposive sampling method and obtained 327 samples. This study uses secondary data from annual reports. Data were analyzed using Multiple Linear Regression Analysis method. The results of this study indicate that profitability has a positive effect on firm value, leverage has a positive effect on firm value, firm size has a positive effect on firm value and sales growth has a positive effect on firm value.

***Keywords:*** *Firm Value, Profitability, Leverage, Company Size, Sales Growth.*

## ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan sudut pandang para investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Para investor dapat melihat laporan keuangan untuk menilai baik atau buruknya kinerja keuangan perusahaan sebelum melakukan investasi kepada perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 327 sampel. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan. Data dianalisis menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci** : Nilai Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan.

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2017 IHSG (indeks harga saham gabungan) mendapatkan perolehan akhir sebesar 71,61% dan memperoleh hasil Rp 6.355,65 triliun, pada tahun 2018 akumulasi dari perolehan tersebut mengalami fluktuasi menjadi 67,26% sehingga presentase tersebut menurun dan memperoleh Rp 6.194,50 triliun. Jadi indeks harga saham gabungan pada tahun 2017-2020 mengalami fluktuasi, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan selalu mengalami perubahan. Nilai perusahaan merupakan salah satu daya tarik investor terhadap perusahaan yang berkaitan

dengan harga saham. Kenaikan nilai perusahaan akibat harga saham yang tinggi akan membuat pasar percaya penuh terhadap kinerja perusahaan dan prospek masa depan. Meningkatkan keuntungan perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling terkait untuk meningkatkan kepentingan pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan Nilai Tobin's Q yang tinggi menunjukkan kemampuan dari perusahaan mengelola aset, sehingga memberikan sinyal yang positif bagi para investor saat melakukan investasi. Menurut (Brigham & Houston, 2010), nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan

pemilik perusahaan, karena nilai perusahaan yang tinggi akan dibarengi dengan kekayaan pemegang saham yang tinggi juga. Nilai perusahaan yang semakin tinggi akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada prospek masa depan perusahaan. Menurut (Nanda Perwira & Wiksuana, 2018) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas dan pertumbuhan aset terhadap kebijakan dividen, akan tetapi menurut (Rai Prastuti & Merta Sudiarta, 2016) menyatakan bahwa variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu struktur modal, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, akan tetapi pada penelitian ini akan membahas empat faktor yang dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, leverage, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya (aset, modal atau penjualan) yang dimiliki oleh perusahaan (Sudana, 2009). Apabila perusahaan dapat meningkatkan hasil laba maka hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dapat berkinerja baik, yang dapat

menimbulkan respon positif dari investor dan meningkatkan harga saham perusahaan. (Sujoko, 2018), menyatakan Profitabilitas juga mempengaruhi nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan berkualitas tinggi, sehingga pasar akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat. Hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan adalah bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka perusahaan akan semakin efisien dalam menggunakan fasilitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, yang akan menciptakan nilai perusahaan yang lebih tinggi dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Suwardika, 2017). Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut (Ngurah et al., 2016). Adapun beberapa penelitian terdahulu (Riduwan, 2016) menyatakan telah mendapatkan hasil bahwa leverage mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap suatu nilai perusahaan. Bagi investor di perusahaan dengan pertumbuhan yang baik, ini adalah cara yang baik untuk mendapatkan laba atas investasi. Pertumbuhan penjualan perusahaan yang positif dan terus berkembang menandakan bahwa perusahaan tersebut bernilai

tinggi dan merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan (Alit Dramawan, 2015). Adapun penelitian (Alit Dramawan, 2015) menyatakan bahwa, pertumbuhan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan yang berarti semakin cepat pertumbuhan suatu perusahaan akan mengakibatkan nilai perusahaan ikut semakin tinggi. Nilai Perusahaan merupakan pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang biasanya berkaitan dengan harga saham. Dengan adanya nilai perusahaan bagi para investor dapat melihat apakah laporan keuangan pada perusahaan itu baik dan profit sebelum melakukan investasi kepada perusahaan tersebut. Penelitian tentang nilai perusahaan sudah pernah dilakukan sebelumnya, seperti nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas (Kartika Dewi & Abundanti, 2019; Ngurah et al., 2016; Riduwan, 2016; Suwardika & Mustanda, 2017; Wijaya & Sedana, 2015), *leverage* (Kartika Dewi & Abundanti, 2019; Ramadan, 2015; Riduwan, 2016; Suwardika & Mustanda, 2017),

pertumbuhan penjualan (Alit Dramawan, 2015; Hermuningsih, 2014; Hestinoviana, 2013; Riduwan, 2016) dan ukuran perusahaan (Ngurah et al., 2016; Oktaviarni et al., 2018; Riduwan, 2016; Ta 'dir et al., 2014). Namun hasil penelitian-penelitian tersebut belum konsisten.

Masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan yang terdaftar pada perusahaan manufaktur yang tercatat pada BEI. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan yang terdaftar pada perusahaan manufaktur yang tercatat pada BEI pada tahun 2017-2020.

Hasil dari penelitian ini yaitu (1) dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur akuntansi di pasar modal. Disamping itu penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. (2) dapat menjadi acuan bagi manajemen perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, dan juga menjadi bahan pertimbangan investor dalam melakukan investasi, sehingga dana yang di investasikan dapat

menghasilkan return yang diharapkan.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri (Sartono, 2010). Profitabilitas, dapat mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, asset maupun laba bagi modal sendiri (Riadi, 2019). Menurut (Azeria, 2018), rasio laba bersih setelah pajak digunakan untuk mengevaluasi tingkat pengembalian atas aset yang dimiliki perusahaan. Sedangkan ROE merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas yang akan diinvestasikan pemegang saham pada perusahaan. Return on equity (ROE) merupakan tingkat pengembalian ekuitas pemilik perusahaan. ROE dibutuhkan investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang berkaitan dengan dividen.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

### Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam dunia keuangan, leverage memiliki banyak definisi atau arti, namun konsep yang digunakan sama yaitu penggunaan dana pinjaman yang biasanya berasal dari sekuritas pendapatan tetap seperti hutang, ekuitas atau kepemilikan saham. Menurut (Sartono, 2010), definisi leverage yaitu mengacu pada penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan dengan biaya tetap (beban tetap) untuk meningkatkan potensi keuntungan pemegang saham. Dan menurut (Munawir, 2010) menyatakan bahwa, leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban keuangan pada saat terjadi likuidasi suatu perusahaan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dana yang dipinjam digunakan untuk mengembangkan usaha atau berinvestasi, sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari pada perusahaan tanpa leverage. Contohnya seperti ini; Perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari leverage atau hutang, tetapi pada saat yang sama mereka juga dapat meningkatkan pengaruh sosial, basis pelanggan, atau koneksi bisnis mereka. Karena leverage merupakan indikator atau rasio yang menghitung sejauh mana

dana telah disediakan oleh kreditor, dan juga rasio yang membandingkan total utang dengan aset perusahaan secara keseluruhan, maka jika investor melihat perusahaan dengan aset tinggi tetapi risiko leverage tinggi, mereka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi. Karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut akan didapat dari hutang, jika perusahaan tidak dapat melunasi hutang tepat waktu maka akan meningkatkan resiko investasi. Jika financial leverage dikelola dengan baik dan dijalankan sesuai tujuan, maka dapat menjadi alat untuk menambah modal yang tersedia bagi perusahaan. Aspek positif atau keuntungan dari leverage adalah memberikan perusahaan alat untuk mengembangkan bisnisnya dan meningkatkan pendapatan dalam waktu yang relatif singkat. Dengan menggunakan dana yang dipinjam (leverage) dan instrumen pembiayaan hutang seperti obligasi bunga tinggi untuk mengembangkan usahanya, mereka juga harus membayar bunga kepada investor atau penyedia dana. Jika kondisi ekonomi tidak stabil, masalah ini akan semakin besar, dalam hal ini perusahaan tidak dapat memperoleh banyak keuntungan dari penjualan untuk membayar bunga tinggi yang harus dibayarkan.

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Apabila jumlah dari total aset perusahaan besar, maka manajemen lebih fleksibel dalam menggunakan aset yang ada di dalam perusahaan tersebut. Jumlah aset yang banyak akan menurunkan nilai perusahaan jika nilainya ada di pihak pemilik perusahaan.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Pemilik perusahaan, investor, kreditor, dan pihak lain semuanya menggunakan pertumbuhan penjualan untuk melihat prospek perusahaan. Investor juga dapat menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memprediksi keuntungan perusahaan di masa depan. Bagi kreditor, aktivitas pemanfaatan sumber daya perusahaan dapat ditunjukkan dengan memantau pertumbuhan penjualan (Trang et al., 2015).

H4 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

### **Metode Penelitian**

## Populasi, Sampel dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan pengujian teori melalui variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Sugiyono, 2018). Statistik merupakan alat analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini dikategorikan sebagai *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini objek penelitian yang digunakan penulis adalah Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan pada Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020.

Populasi adalah semua elemen yang memenuhi persyaratan tertentu, terkait dengan masalah yang dipelajari, dan digunakan sebagai objek penelitian. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 hingga 2020. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan (Sugiyono, 2018).

Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020.
2. Perusahaan sampel mempunyai data yang lengkap sesuai dengan yang dibutuhkan.
3. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan (*financial report*) selama penelitian.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 hingga 2020 yang di ambil di <https://www.idx.co.id/>. Pada penelitian menggunakan data dari semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2017-2020. Hasil pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* selama periode pengamatan tahun 2017–2020 diperoleh perusahaan manufaktur 692 dan ada 16 perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan 16 perusahaan, serta ada 17 perusahaan yang tidak menggunakan mata uang Rupiah, ada 2 perusahaan yang datanya tidak lengkap sehingga total sampel sebanyak 657 perusahaan

yang menerbitkan laporan tahunan lengkap beserta dengan catatan laporan keuangannya per 31 Desember 2020. Kemudian ada 330 perusahaan outlier atau

data tidak normal, sehingga sampel akhir yang diolah 327. Tetapi data yang diolah adalah yang normal sebanyak 327 perusahaan, sebagai berikut :

Tabel 1

No.	eterangan	2017	2018	2019	2020	Total
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020	165	170	172	185	692
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan <i>financial report</i> dan <i>annual report</i> di BEI selama periode 2017– 2020	(5)	(3)	(5)	(3)	(16)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah	(6)	(4)	(5)	(2)	(17)
4.	Laporan keuangan <i>annual report</i> memiliki data tidaklengkap yang diperlukan pada riset ini	(1)	(0)	(1)	(0)	(2)
	Jumlah perusahaan sampel	153	163	161	180	<b>657</b>
	Data outlier (tidak normal):	(330)				



	Jumlah Sampel diolah	Data yang	327
--	----------------------	-----------	-----

**DEFINISI  
 OPERASIONAL VARIABEL**

Definisi operasional menurut (Sugiyono, 2018), dapat diartikan sebagai sebuah petunjuk yang menjelaskan kepada peneliti mengenai bagaimana mengukur sebuah variabel secara konkret. Sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti terdapat variabel sebagai berikut: Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel dependen, Profitabilitas ( $X_1$ ), *Leverage* ( $X_2$ ), Ukuran Perusahaan ( $X_3$ ), dan Pertumbuhan Penjualan ( $X_4$ ) sebagai variabel independen. Definisi operasional sangat diperlukan untuk setiap variabel yang digunakan sebagai upaya untuk membatasi permasalahan yang diteliti.

Profitabilitas (ROE) merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba. Profitabilitas menggunakan pengukuran variabel *return on equity* (ROE), yaitu laba bersih dibagi dengan ekuitas.

*Leverage* merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset

perusahaan didanai dengan uang. Artinya seberapa besar hutang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Pengukuran variabel *debt to equity ratio* (DER), yaitu total hutang dibagi dengan total aset.

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan logaritma natural dari total aset. Pengukuran variabel *size* (Ukuran Perusahaan).

Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualan relatif terhadap penjualan secara keseluruhan. Pengukuran variabel dari pertumbuhan penjualan, yaitu penjualan periode tahun ini dikurangi penjualan periode tahun sebelumnya dan dibagi dengan penjualan tahun periode saat ini.

**TEKNIK ANALISIS DATA**

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan *Statistical Product ad Service*

*Solution Versi 25 (SPSSV25)*. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai apakah didalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square (OLS)* terdapat masalah asumsi klasik. Didalam model regresi ini, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi agar model peramalan yang dibuat menjadi valid sebagai alat peramalan. Syarat-syarat tersebut apabila dipenuhi, maka model regresi tersebut dikatakan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*). Asumsi klasik pada regresi linear berganda antara lain data interval/rasio, linearitas, normalitas, heterokedastisitas, outlier, multikolinearitas dan autokorelasi (Ghozali, 2018).

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan menguji pengaruh variabel dalam penelitian ini digunakan metode analisis regresi linear berganda. Dalam hal ini, variabel dependennya (Y) adalah Nilai Perusahaan Variabel independen (X) adalah Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan.

Analisis regresi linier ganda biasanya digunakan untuk memprediksi pengaruh lebih dari satu variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel

dependen maka digunakan model regresi linier berganda (*multiplier linier regression method*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel - variabel yang diteliti, baik secara parsial maupun secara simultan (Ghozali, 2018). Variabel independen mana yang paling kuat pengaruhnya (Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan) terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan) dan variabel mana yang mempunyai pengaruh sangat signifikan secara parsial.

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda yang persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Profitabilitas

X<sub>2</sub> = *Leverage*

X<sub>3</sub> = Ukuran Perusahaan

X<sub>4</sub> = Pertumbuhan Penjualan

b<sub>1</sub>, ... b<sub>4</sub> = Koefisien regresi

e = eror term

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif dan Pengujian Asumsi Klasik

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan

data yang telah terkumpul (Ghozali, 2018). Hasil penelitian analisis statistik deskriptif dapat dilihat dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2.

**Statistics**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
Q	327	,18528	2,76685	,4701336	1.4760	,17450918
ROE	327	-148,39974	3,15847	-,4290134	.4683	-,4290134
DER	327	-1,56597	884,51674	6,0477513	.8631	65,29967800
SIZE	327	24,94666	33,49453	28,5066599	28.4478	1,56418103
GROWTH	327	-20,67847	,86659	-,0921351	.0386	1,19548151
Valid N (listwise)	327					

Variabel ROE memiliki nilai minimum sebesar-148,399 sedangkan nilai maksimumnya yaitu 3,158. Nilai rata-rata sebesar-0,429 lebih besar dari nilai standar deviasi -0,4290134. Hasil ini menunjukkan rendahnya ROE antara nilai maksimum dan minimum, sehingga semakin rendahnya nilai perusahaan maka dapat dikatakan penyebaran data yang dilakukan normal. Namun ROE memiliki nilai yang rendah karena memiliki nilai rata-rata -0,429 lebih kecil dibandingkan dengan nilai tengah sebesar 0.4683. Variabel DER memiliki nilai minimum sebesar -1,566 sedangkan nilai maksimumnya yaitu 884,51674. Nilai rata-rata sebesar 6,048 lebih besar dari nilai standar deviasi 65,299. Hasil ini menunjukkan rendahnya DER

antara nilai maksimum dan minimum, sehingga semakin rendahnya nilai perusahaan maka dapat dikatakan penyebaran data yang dilakukan normal. Namun DER memiliki nilai yang rendah karena memiliki nilai rata-rata 6,048 lebih kecil dibandingkan dengan nilai tengah sebesar 0.8631. Variabel SIZE memiliki nilai minimum sebesar 24,94666 sedangkan nilai maksimumnya yaitu 33,49453. Nilai rata-rata sebesar 28,5066599 lebih besar dari nilai standar deviasi 1,56418103. Hasil ini menunjukkan rendahnya DER antara nilai maksimum dan minimum, sehingga semakin rendahnya nilai perusahaan maka dapat dikatakan penyebaran data yang dilakukan normal. Namun SIZE memiliki nilai yang tinggi

karena memiliki nilai rata-rata 28,5066599 lebih besar dibandingkan dengan nilai tengah sebesar 0,28.4478. Variabel GROWTH memiliki nilai minimum sebesar -20,67847 sedangkan nilai maksimumnya yaitu 0,86659. Nilai rata-rata sebesar -0,0921351 lebih besar dari nilai standar deviasi 1,19548151. Hasil ini menunjukkan rendahnya GROWTH antara nilai maksimum dan minimum, sehingga semakin rendahnya nilai perusahaan maka dapat dikatakan penyebaran data yang dilakukan normal. Namun GROWTH memiliki nilai yang tinggi karena memiliki nilai rata-rata -0,0921351 lebih kecil dibandingkan dengan nilai tengah sebesar 0.0386.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi berganda, pengujian bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Nilai *Kolmogorof-Smirnov sig.* sebesar  $0,000 < 0,05$  dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini tidak normal. Maka dilakukan penghilangan data tidak normal atau *outlier*.

Batasannya adalah ketika *outlier* diatas standard deviasi maka harus dihapus. Metode yang digunakan adalah statistik non parametrik dengan menghapus data tidak normal sebanyak 330 *outlier* atau data tidak normal dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorov Smirnov kemudian hasil akhirnya pengujian untuk normalitas akhir dapat dilihat dari nilai *Kolmogorof-Smirnov sig.* sebesar  $0,080 > 0,05$  dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini normal. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Jika nilai VIF  $< 10$  dan *Tolerance*  $> 0,1$ , maka dipastikan tidak terjadi multikolinearitas. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW). Dalam penelitian ini untuk menguji heterokedastisitas digunakan uji *Glejser*. Dalam uji *Glejser*, nilai mutlak residual ( $|u|$ ) diregresikan dengan variabel independen, pengujian heteroskedastisitas masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi diatas 0,05 ( $sig > 0,05$ ) sehingga dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 3.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,865 <sup>a</sup>	,749	,746	,08797364	2,137

a. Predictors: (Constant), GROWTH, DER, SIZE, ROE

b. Dependent Variable: Q

Metode pengujian koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,746 artinya variabel independen mempengaruhi dependen sebesar 74,6% sedangkan sisanya sebesar 25,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Setelah semua asumsi terpenuhi, maka berikutnya adalah melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,747	,091		-8,218	,000
ROE	,005	,001	,218	5,138	,000
DER	,000	,000	,116	2,706	,007
SIZE	,042	,003	,379	13,287	,000
GROWTH	,117	,004	,800	28,503	,000

a. Dependent Variable: Q

Profitabilitas yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi. Sehingga akan banyak investor yang akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Banyaknya investor tentu akan meningkatkan harga

saham pada akhirnya nilai perusahaan akan meningkat (Fitri Prasetyorini, 2013). Oleh karena itu semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian menurut (Kartika Dewi & Abundanti,

2019; Ngurah et al., 2016) Namun hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Meivinia, 2019), bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian pada  $H_1$  diketahui bahwa nilai signifikansi  $t$  untuk variabel ROE sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga artinya ROE berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobins Q). Jadi hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

Hasil pengujian  $H_2$  berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa nilai signifikansi  $t$  untuk variabel DER sebesar  $0,007 < 0,05$  sehingga artinya DER berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobins Q). Perusahaan yang mengetahui bagaimana mengelola *leverage* dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan hutang sampai batas optimal tertentu dianggap sebagai peningkatan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang, dan dengan demikian dianggap positif oleh pasar, dan nilai perusahaan akan meningkat. Investor memiliki kesempatan untuk memperoleh laba atas investasinya tanpa harus mengurangi bagian investasinya di perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dengan hutang yang

tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini diterima.

Hasil pengujian  $H_3$  berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa nilai signifikansi  $t$  untuk variabel *Size* sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga artinya *Size* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobins Q). Hal ini terjadi karena perusahaan besar cenderung memiliki kondisi yang lebih baik dan stabil. Dengan harapan para investor mendapatkan keuntungan lebih tinggi, dengan berinvestasi pada perusahaan yang besar. Oleh karena itu banyaknya investor akan meningkatkan harga saham dan pada akhirnya nilai perusahaan dapat meningkat. Sehingga hasil hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima.

Hasil pengujian  $H_4$  berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa nilai signifikansi  $t$  untuk variabel *Growth* sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga artinya *Growth* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobins Q). Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualan dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga nilai perusahaan cenderung akan

meningkat. Sehingga hipotesis keempat pada penelitian ini diterima.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SIMPULAN Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan (Tobins Q). Berdasarkan pada hasil analisis pada bagian sebelumnya, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (i) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobins Q), jadi hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Profitabilitas yang tinggi menggambarkan return yang baik, sehingga menjadi daya tarik bagi investor, (ii) *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobins Q). Jadi hipotesis kedua pada penelitian ini diterima. Peningkatan hutang sampai batas optimal tertentu dianggap positif oleh pasar, sehingga nilai perusahaan akan meningkat, (iii) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobins Q). Jadi hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima. Ukuran Perusahaan yang besar menunjukkan total asset perusahaan semakin tinggi cenderung memiliki kondisi yang

lebih baik dan stabil sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan, (iv) Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Tobins Q). Jadi hipotesis keempat pada penelitian ini diterima. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik sehingga nilai perusahaan cenderung akan meningkat.

## **Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain adalah (1) Hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk sektor di luar manufaktur, (2) Dilihat dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,746 artinya variabel independen (Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan) mempengaruhi dependen sebesar 74,6% sedangkan sisanya sebesar 25,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

## **Saran**

1) Bagi emiten dalam meningkatkan nilai perusahaan dapat lebih memperhatikan variabel dari profitabilitas ROE, DER, SIZE dan GROWTH karena secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Perusahaan harus memperhatikan nilai perusahaan dari segi faktor fundamental yaitu dalam keuntungan bersih yang diterima, kesejahteraan investor dalam berinvestasi dan hutang lancar serta modal sendiri yang digunakan untuk perusahaan, 2) Bagi investor atau calon investor dapat menjadikan variabel Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel-variabel yang dipertimbangkan dalam menetapkan agar dana yang diinvestasikan dapat menghasilkan return seperti yang diharapkan, 3) Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti rasio likuiditas, sehingga meningkatkan nilai *Adjusted R Square*.

*Perusahaan.*

Azeria, R. (2018). *Artikel Pengaruh Gross Profit Margin , Net Profit Margin , Return on Assets , Dan Return on Equity Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2014-2016. June.*

Brigham, & Houston. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan.* Salemba Empat.

Fahmi, I. (2013). *Pengantar Manajemen Keuangan.* Alfabeta.

Fitri Prasetyorini, B. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 1(1).*

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Guna, W., & I, H. A. (2010). *Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Independensi Auditor, Kualitas Audit Dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba. Jurnal Bisnis dan Akuntansi.*

Gustian, D. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi, Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal*

#### DAFTAR PUSTAKA

Agnes, S. (2004). *Kebijakan Pendanaan dan Restrukturisasi Perusahaan.* PT. Gramedia Pustaka Utama.

Alit Dramawan, I. (2015). Pengaruh Risiko Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan pada Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Property. *Buletin Studi Ekonomi, 20(2), 158–167.*

Amri, N. F. (2016). *Pertumbuhan*



- Akuntansi*, 3(2), 84–100.
- Hermuningsih, S. (2014). *Profitability, Growth Opportunity, Capital Structure and the Firm Value*. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 16(2), 115–136. <https://doi.org/10.21098/bemp.v16i2.440>
- Hestinoviana, V. (2013). *The Influence Of Profitabilty, Solvability, Assets Growth, and Sales Growth Toward Firm Value* (Empirical Study on Mining Companies Which Listed on Indonesia Stock Exchange). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 4(1), 74865.
- Horne, J. C. Van, & Wachowicz, J. M. (2012). *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Fundamentals of Financial Management)* (Edisi 13 B). Salemba Empat.
- Houston, J. F., & Brigham, E. F. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Essentials of Financial Management* (Edisi 11 B). Salemba Empat.
- Husnan, S. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat (Keempat). BPFE.
- Kartika Dewi, N. P. I., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3028. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p16>
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Kho, B. (2018). Pengertian Analisis Rasio Solvabilitas (Rasio Leverage) dan Jenis-jenisnya. *Ilmu Manajemen Industri*.
- Kurnia, D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Provinsi Banten yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesiaperiode 2009-2016. <https://www.researchgate.net/journal/Jurnal-Akuntansi-Kajian-Ilmiah-Akuntansi-JAK-2339-2436>.
- Limbong, D. T. S. (2016). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Accounting*, 2(3), 1–11.
- Ma'ruf. (2021). *Nilai Perusahaan, Jenis dan Cara Menghitungnya*. <https://www.akuntansilengkap.com/ekonomi/nilai-perusahaan/>

- Mahendra, A., Sri artini, L. gede, & Suarjaya, A. G. (2012). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 6(2), 130–138.
- Maryani, L. (2016). *Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013*.
- Meivinia, L. (2019). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 377.  
<https://doi.org/10.24912/jmieib.v2i2.1562>
- Moeljono, D. (2005). *Good Corporate Culture Sebagai Inti Good Corporate Governance*. Elex Media Komputindo.
- Munawir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan* (edisi keem). Liberty.
- N.L.P, & Wiagustini. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Udayana Press.
- Nanda Perwira, A. A. G. A., & Wiksuana, I. G. B. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 3767.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i07.p12>
- Ngurah, I. G., Rudangga, G., & Sudiarta, G. M. (2016). *Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia* *Perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia . Keadaan politik dalam negeri juga mempengaruhi*. 5(7), 4394–4422.
- Nurkhin, A., Wahyudin, A., & Fajriah Aenul Septiani, A. (2017). Nilai Perusahaan Barang Konsumsi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, 8(1), 1–227.
- Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, B. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan ( Studi Empiris Perusahaan Sektor Real Estate , Properti , dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016 ). *Jurnal Akuntansi Universitas Jember–Vol 16 (2), 4(3)*, 414–428.
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jakarta*,

18. *Parametrik Edisi Revisi*. Elex Media Komputindo.
- Rai Prastuti, N., & Merta Sudiarta, I. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *None*, 5(3), 254202.
- Ramadan, I. Z. (2015). *Leverage and the Jordanian Firms' Value: Empirical Evidence*. *International Journal of Economics and Finance*, 7(4), 75–81.  
<https://doi.org/10.5539/ijef.v7n4p75>
- Riadi, M. (n.d.). Pengertian, Tujuan, Manfaat dan Pengukuran Rasio Profitabilitas. 2019.
- Riadi, M. (2016). *Pengertian dan Jenis-jenis Leverage*.
- Riduwan, A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5.
- Rudangga, I Gusti Ngurah Gede Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5.
- Rudianto. (2009). *Akuntansi Manajemen*. Grasindo.
- Santoso, singgih. (2014). *Statistik*
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. BPFE.
- Setiyadi. (2007). Pengaruh *Company Size, Profitability dan Institutional Ownership* terhadap CSR Disclosure. *Jurnal Ekonomi Universitas Padjajaran Bandung*.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, N.
- Sudana. (2009). *Manajemen Keuangan : Teori dan Praktek*. Airlangga University Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R dan D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujoko, S. (2018). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Strategi Diversifikasi, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Dan Non Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 11(2), 236–254.  
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2007.v11.i2.317>

- Suwardika, I., & Mustanda, I. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *None*, 6(3), 254488. *Ukuran Perusahaan , Kebijakan Dividen Terhadap Nilai.*
- Ta 'dir, O. :, Prasetia, E., Tommy, P., Saerang, I. S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei. *Ukuran... Jurnal EMBA*, 8792(2), 879–889.
- Trang, I., Murni, S., & Pantow, M. S. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks Lq 45. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 961–971.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.7801>
- Wijaya, B., & Sedana, I. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12), 253308.
- Wolk, et al. (2013). *Signaling, Agency Theory, Accounting Policy Choice.*
- Yangs, & Analisa. (2011). *Pengaruh*

