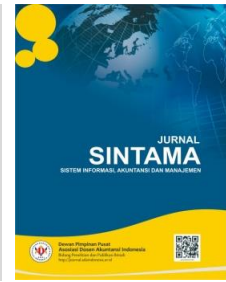




SINTAMA: Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen

journal homepage:
<https://adaindonesia.or.id/journal/index.php/sintamai>



Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Tedaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018)

Nita Pratiwi¹, Jihen Ginting²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
e-mail: nitapратиwi@gmail.com

Penulis Korespondensi: Nita Pratiwi1
e-mail : nitapратиwi@gmail.com

ARTIKEL INFO

Artikel History:

Menerima 06 September 2021
Revisi 14 September 2021
Diterima 21 September 2021
Tersedia Online 26 September 2021

Kata kunci:

Nilai Perusahaan, Profitabilitas,
Leverage, Ukuran Perusahaan,
Pertumbuhan penjualan

ABSTRAK

Pada penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 sebanyak 50 perusahaan. Sampel penelitian sebanyak 18 perusahaan dengan metode *purposive sampling*, dengan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yaitu laporan keuangan perusahaan yang diperoleh dari www.idx.co.id, <https://finance.yahoo.com>, maupun dari situs resmi perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier dan menggunakan uji statistik SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,001. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,670. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,000. Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,344. Dan secara simultan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,000. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa secara parsial variabel profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan secara simultan variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap nilai perusahaan.

ARTICLE INFO

Artikel History:

Received 06 September 2021
Revision 14 September 2021
Accepted 21 September 2021
Available Online 26 September 2021

ABSTRACT

In this study, the researchers aimed to determine the effect of Profitability, *Leverage*, Company Size and Sales Growth on firm value in manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. The study population in this study is a company manufacturing sub-sector of industrial goods consumption and listed on the Stock Exchange in 2016-2018 as much as 50 companies. The research sample was 18 companies

Keywords:

Firm Value, Profitability, Leverage,
Company Size, Sales Growth

with *purposive sampling method*, with quantitative research type. The data used is secondary data, the company's financial statements were obtained from www.idx.co.id, <https://finance.yahoo.com>, or from the company's official website. This study uses linear regression analysis techniques and uses the SPSS version 25 statistical test. Outcome of this study showed that partially that profitability impact on the value of the company by the value of sig 0.001. *Leverage* does not impact significantly on the value of the company by the value of sig 0.670. The size of the Company's influence on the value of the company by the value of sig 0,000. Growth Sales no effect on the value of the company by the value of sig 0.344. And are simultaneously profitability, *leverage*, size of the company and the growth of sales impact on the value of the company by the value of sig 0,000. The conclusion in this study is that partially the profitability variable has a significant effect on firm value, the *leverage* variable has no significant effect on firm value, the firm size variable has a significant effect on firm value, sales growth has no significant effect on firm value, and simultaneously the variable profitability, *leverage*, company size, and sales growth simultaneously (jointly) affect firm value.

© 2021 SIMTAMA: Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen

1. PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang terjadi saat ini membuat setiap perusahaan harus melakukan perencanaan strategi yang baik untuk meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Salah satu tujuan suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan bagi kemakmuran para pemegang saham melalui maksimisasi nilai perusahaan (Sartono, 2010). Nilai perusahaan merupakan nilai yang mencerminkan berapa banyak harga yang bersedia dibayar pihak investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi tentu akan membuat nilai perusahaan menjadi tinggi.

Fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan di antaranya PT Tiga Pilar Sejahtera Food yang menyebabkan nilai perusahaan menurun. Hal tersebut dikarenakan harga saham merupakan indikator untuk menunjukkan nilai perusahaan. Penurunan harga saham AISA disebabkan karena aktivitas penggerebekan yang dilakukan oleh pihak kepolisian di gudang anak usaha AISA yaitu PT Indo Beras Unggul yang bergerak di industri dan perdagangan beras pada akmis 20 Juli 2017. PT Indo Beras Unggul diduga melakukan praktik kecurangan dalam perdagangan beras dengan cara mengganti kemasan beras bersubsidi kemudian dikemas ulang menggunakan merek barang yang berkualitas. Hal tersebut berdampak pada menurunnya harga saham PT Tiga Pilar Sejahtera Food (AISA) selaku induk dari PT Indo Beras Unggul yang menurun pada sesi pertama perdagangan selama Jumat 21 Juli 2017. Saham ASIA mengalami penurunan hingga 400 poin atau 24,92% ke level Rp 1.205 per saham menurunnya harga saham PT Tiga Pilar Sejahtera Food juga akan berdampak pada menurunnya nilai perusahaan (www.liputan6.com).

Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkopeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris. Nilai perusahaan yang baik akan dapat menarik lebih banyak investor dan kepentingan pihak lain untuk ikut serta dalam perusahaan (Suci dkk, 2016). Namun, dalam meningkatkan nilai perusahaan akan muncul kepentingan antara agen (manager) dan principal (pemegang saham). Tidak jarang manager perusahaan mempunyai tujuan dan kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan dan sering mengabaikan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan konflik yang biasa disebut *agency conflict*, hal tersebut terjadi karena manajer lebih mengutamakan kepentingan pribadinya, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan

berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan (Dewi dan Sujana, 2019). Penelitian ini menggunakan Tobin's Q karena Tobin's Q merupakan rasio yang dapat memberikan informasi terbaik dalam mencerminkan nilai perusahaan sebab dalam perhitungannya rasio ini melibatkan seluruh unsur dari utang dan modal saham perusahaan, yang tidak hanya meliputi saham biasa dan ekuitas pemegang saham saja akan tetapi seluruh aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil akan menarik para investor. Kemampuan perusahaan yang besar untuk menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga menumbuhkan kepercayaan pada investor (Inrawan, Silitonga, et al., 2020). Rasio Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Equity* (ROE). Penggunaan ROE karena untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Karena itu semakin tinggi *return on equity* yang dihasilkan akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Salah satu faktor penting dalam unsure pendanaan adalah utang (*leverage*). *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksiran dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Pada umumnya, investor menghindari perusahaan yang memiliki leverage yang tinggi karena semakin tinggi rasio leverage maka akan semakin tinggi pula risiko yang akan dibebankan, khususnya apabila perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya secara tepat waktu. Para kreditor biasanya lebih menyukai rasio utang yang lebih tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham, sehingga semakin besar perlindungan bagi kreditor atas risiko tidak terbayarnya utang (Hary, 2017).

Penelitian ini menggunakan DER sebagai proksi dari *leverage* karena ingin mengetahui pengaruh risiko hutang terhadap Nilai perusahaan melalui modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan semakin besar ukuran atau skala perusahaan akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Inrawan, Jubi, et al., 2020). Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besarnya kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai perusahaan tersebut.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan (Sari, 2013), semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan. (Dramawan, 2015).

Bagi investor perusahaan yang pertumbuhannya baik, merupakan aspek yang menguntungkan dalam memperoleh return dan investasinya. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi di masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa depan. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan meningkat, maka mengidentifikasi nilai perusahaan yang besar dan merupakan harapan bagi pemilik perusahaan. Pertumbuhan penjualan dipengaruhi beberapa faktor kondisi, kemampuan penjual dan kondisi pasar. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya.

Penelitian mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh para ahli sebelumnya. (Nurminda dkk, 2017) profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Rahayu & Sari, 2018) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap

nilai perusahaan. Sementara untuk variabel *leverage*, (Febriyanto, 2018) yang menyatakan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Prasetyorini, 2013) menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sementara untuk variabel Ukuran perusahaan (Prasetyorini, 2013) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pantow, Murni & Trang (2015) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara untuk variabel pertumbuhan penjualan (Dewi dan Sujana, 2019) menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pantow, Murni & Trang (2015) menyatakan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2. STUDI LITERATUR

2.1 Agency Theory

Agency theory (teori agensi) mendeskripsikan hubungan antara pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*) dalam pengelolaan perusahaan, di mana pemilik merupakan pihak yang menyerahkan wewenang kepada pihak manajemen (*agent*), sedangkan manajemen merupakan pihak yang ditugaskan untuk mengelola perusahaan. Teori agensi menjelaskan bahwa kepentingan manajemen sering kali bertentangan dengan kepentingan pemegang saham, sehingga memicu terjadinya konflik. Konflik tersebut sering terjadi karena manajemen cenderung berusaha mendahulukan kepentingan pribadi di samping kepentingan perusahaan, sehingga memicu bertambahnya *cost* yang harus ditanggung perusahaan dan menurunkan keuntungan yang akan diterima pemegang saham.

Pada dasarnya *agency theory* adalah teori mengenai struktur kepemilikan perusahaan yang dikelola oleh manajemen, bukan perusahaan yang dikelola oleh pemilik. *Agency theory* dapat terwujud dalam kontrak kerja yang akan mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Kontrak kerja akan menjadi optimal apabila kontrak bersifat *fairness* yaitu mampu menyeimbangkan *feedback* antara prinsipal dan agen yang secara matematis memperlihatkan pelaksanaan kewajiban yang optimal oleh agen dan pemberian insentif/imbalance khusus yang memuaskan dari prinsipal ke agen.

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya, harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar saham (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). Apabila harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan menjadi tinggi karena nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor percaya terhadap perusahaan, baik di masa sekarang mengenai kinerja perusahaan dan percaya terhadap prospek di masa mendatang. (Ramadhani, dkk, 2018). Menurut Yulius & Tarigan (2007) terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan yaitu :

1. Nilai nominal

adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan dalam neraca perusahaan dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3. Nilai Instrinsik

Nilai instrinsik merupakan konsep yang paling abstrak karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan membagi selisih antar total aset dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuiditas

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah di kurangi semua kewajiban yang harus di penuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang di siapkan ketika suatu perusahaan akan di likuidasi.

Untuk mengukur nilai perusahaan dapat di ukur dengan menggunakan Beberapa indikator antara lain:

1. *Price Earning Ratio*

Price earning ratio menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2010). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *price earning ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

berikut:

$$PER = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Erning per share}}$$

2. Tobin's Q

Tobin's Q adalah rasio atau teori yang pada tahun 1969 diperkenalkan pertama kali oleh James Tobin. James Tobin adalah seorang ekonomo Amerika yang sukses mendapatkan nobel dalam bidang ekonomi dengan hipotesisnya, nilai pasar dari suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya ganti aktiva perusahaan tersebut sehingga terciptalah keadaan yang ekuilibrium. (Haosana, 2012).

Rumus Tobin's Q menurut Klapper dan Love adalah

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

Q = Nilai perusahaan

ME = jumlah saham biasa perusahaan yang beredar dikalikan dengan harga penutupan saham (*Closing price*)

DEBT = Total utang + Persediaan – Aktiva Lancar

TA = Nilai buku total aktiva Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan penggunaan Tobin's Q

3. *Price Book Value* (PBV)

Price book value (PBV) merupakan perbandingan antara nilai pasar perlembar saham dengan nilai buku per lembar saham. *Price book value* (PBV) memiliki beberapa keunggulan, yaitu: (a) nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat di bandingkan dengan harga saham; (b) memberikan standar akuntansi yang konsisten pada seluruh perusahaan; (c) rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham (Rehulina, 2015).

Price Book Value (PBV) dapat dihitung dengan rumus:

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

2.3 Profitabilitas

Menurut kasmir (2018) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2013)

Menurut Hary (2013) jenis-jenis profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktek untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba adalah sebagai berikut :

1. Hasil Pengembalian atas Aset (*Return on Asset*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas aset yaitu :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas yaitu:

$$ROE = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total ekuitas}}$$

3. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung margin laba kotor yaitu :

$$GPM = \frac{\text{laba kotor}}{\text{penjualan bersih}}$$

4. Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba kotor atau tingginya beban operasional.

$$OPM = \frac{\text{laba operasional}}{\text{pejualan bersih}}$$

5. Marjin laba bersih (*Net Profit Margin*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih yaitu :

$$NPM = \frac{\text{laba bersih}}{\text{penjualan bersih}}$$

2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala yang dapat mengklasifikasikan seberapa besar kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara, yaitu dapat di ukur dengan total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain. Semakin besar total aset maupun penjualan maka semakin besar modal yang ditanam , sementara semakin banyak aset maka semakin besar juga perputaran uang dalam perusahaan (Hery, 2017).

2.4.1 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan yang akan datang. Suatu perusahaan yang berada dalam industry yang mempunyai laju pertumbuhan tinggi harus menyediakan modal yang cukup untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi maka

akan memcerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat (Dewi dan Sujana, 2019)

3. METODE RISET

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), data yang diambil dalam penelitian ini adalah data skunder yaitu laporan keuangan Perusahaan Manufaktur. Data diambil melalui situs www.idx.co.id tahun 2016-2018. Waktu penelitian ini dilakukan Bulan Januari 2020 sampai dengan selesai.

3.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah data-data keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018.

b. Sampel

Sampel penelitian yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut :

a. Perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar BEI sejak tahun 2016 dan tetap terdaftar di BEI hingga tahun 2018. Hal ini dimaksudkan untuk data yang berkesinambungan.

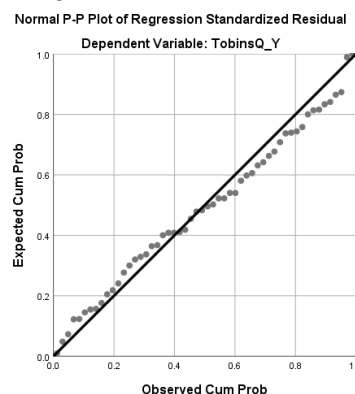
b. Perusahaan manufaktur sub sektor industry barang konsumsi yang memiliki data lengkap

Laporan keuangan disajikan dalam mata uang rupiah selama tahun pengamatan. Pemilihan kriteria ini adalah karena penggunaan mata uang yang berbeda dapat menimbulkan perbedaan kurs meskipun telah dilakukan konversi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Normalitas

Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



Pada Gambar 4.1. terlihat bahwa grafik histogram memberikan pola yang tidak melebar ke kiri ataupun kanan. Pola yang ditunjukkan histogram berbentuk pola normal dengan sebaran data yang berbentuk bel, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Sama halnya dengan hasil Uji Normalitas yang ditunjukkan oleh Gambar 4.2. dimana titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal

4.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinieritas

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Roe_X1	.409	2.444
	Leverage_X2	.588	1.701
	Size_X3	.707	1.413
	Growth_X4	.777	1.288

a. Dependent Variable: TobinsQ_Y

Dari tabel diatas, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *return on equity* memiliki nilai VIF sebesar 2,444 dengan tolerance sebesar 0,409. Variabel *Leverage* memiliki nilai VIF sebesar 1,701 dengan tolerance sebesar 0,588. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai VIF sebesar 1,413 dengan tolerance sebesar 0,707. Variabel Pertumbuhan penjualan memiliki nilai VIF sebesar 1,288 dengan tolerance sebesar 0,777. Hal ini menunjukkan bahwa semua nilai VIF dari variabel independen memiliki nilai yang lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,1. Hasil pengujian model regresi untuk ukuran akrual tersebut menunjukkan tidak adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Hal ini berarti bahwa semua variabel independen tersebut layak digunakan sebagai prediktor.

4.3 Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9.369	6.256		-1.498	.141
	Roe_X1	.389	6.208	.013	.063	.950
	Leverage_X2	1.080	1.181	.163	.915	.365
	Size_X3	.293	.235	.203	1.248	.218
	Growth_X4	-4.991	4.078	-.190	-1.224	.227

a. Dependent Variable: LnRes_1

4.4 Uji Autokorelasi

Nilai *Durbin Watson* sebesar 2,136 lebih besar dari dua (1,7234) dan lebih kecil dari 4-du (2,2766). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari asumsi autokorelasi.

4.5 Uji Regresi Berganda

Rumus model persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{TOBIN'S Q} = -17,532 + 16,068\text{PB} + 0,383\text{Lev} + 0,684\text{Size} - 2,947\text{Sg} + \varepsilon$$

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -17.532 menyatakan profitabilitas, *leverage*, Ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan dianggap konstan, maka tobin's q adalah -17.532.
2. Nilai koefisien profitabilitas sebesar 16.068 menyatakan bahwa setiap peningkatan profitabilitas sebesar 1 akan menaikkan tobin's q sebesar 16.068.
3. Nilai koefisien *leverage* sebesar 0,383 menyatakan bahwa setiap peningkatan leverage 1 akan menaikkan tobin's q sebesar 0,383.

4. Nilai koefisien ukuran perusahaan sebesar 0,686 menyatakan bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar 1 akan meningkatkan tobin's q sebesar 0,686.
5. Nilai koefisien pertumbuhan penjualan sebesar -2.947 menyatakan bahwa setiap peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar 1 akan meningkatkan tobin's q sebesar -2.947

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Simultan

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS dapat dilihat bahwa F_{hitung} adalah sebesar 15,923 dengan nilai F_{tabel} adalah sebesar 2,40. Hal ini menunjukkan nilai $F_{hitung} 15,923 > F_{tabel} 2,40$, sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan (bersama – sama) terhadap nilai perusahaan.

4.6.2 Uji Parsial (Uji Statistik t)

Hasil output pengolahan data (uji t) :

Nilai T_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan $df : n - (k+1)$; $54 - (4+1) = 49$ uji dua arah adalah 2,00958, berdasarkan hasil output SPSS pada analisis regresi berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Dari tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa profitabilitas dengan $T_{hitung} 3,421 > T_{tabel}$ sebesar 2,00985 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa *leverage* dengan $T_{hitung} 0,429 <$ daripada T_{tabel} sebesar 2,00985 dan nilai signifikansi sebesar $0,675 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Dari tabel 4.8 dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan dengan $T_{hitung} 3,863 >$ daripada T_{tabel} sebesar 2,00985 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Data ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa pertumbuhan penjualan dengan $T_{hitung} -0,955 <$ daripada T_{tabel} sebesar 2,00985 dan nilai signifikansi sebesar $0,344 > 0,05$. Data ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dapat dibuktikan bahwa nilai $T_{hitung} 3,421 >$ nilai $T_{tabel} 2,00985$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dengan kata lain hipotesis pertama (H1) diterima. *Leverage* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dapat dibuktikan bahwa nilai $T_{hitung} 0,429 <$ nilai $T_{tabel} 2,00985$ dan nilai signifikansi $0,674 > 0,05$ dengan kata lain hipotesis kedua (H2) ditolak. Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dapat dibuktikan bahwa nilai $T_{hitung} 3,863 >$ nilai $T_{tabel} 2,00985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan kata lain hipotesis ketiga (H3) diterima. Pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dapat dibuktikan bahwa nilai $T_{hitung} -0,955 <$ $2,00985$ nilai T_{tabel} dan nilai signifikansi $0,344 > 0,05$ dengan kata lain hipotesis keempat (H4) ditolak. Profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dapat

dibuktikan bahwa nilai $F_{hitung} 15,923 > F_{tabel} 2,40$, sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan (bersama – sama) terhadap nilai perusahaan, yang berarti H_5 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Astohar, 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Among Makarti* Vol.10 No. 20.
- Bambang Riyanto, 2008. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta : BPEF
- Brigham, Eugene dan Joel F. Houston. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta ; Salemba Empat
- Daniel, Niko Ulfandri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan likuiditas terhadap luas pengungkapan laporan keuangan. *Artikel penelitian*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.
- Dewi, Ida Ayu Puspita Trisna. I Ketut Sujana. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*. vol.26, 85-110
- Dramawan, I. D. (2015). Pengaruh Resiko Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan Pada Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Property. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*.
- Ernawati, Dewi dan Dini Widyawati. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen.
- Fahmi, Irham. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fakhrudin, M dan Hadianto. 2001. *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal*. Jakarta: Gramedia
- Febriyanto, F. 2018. The Effect of Leverage, Sales Growth and Liquidity To The Firm Value Of Real Estate And Property Sector in Indonesia Stock Exchange.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Grasindo.
- Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta. Grasindo.
- Inrawan, A., Jubi, Silitonga, H. P., & Sudirman, A. (2020). Pengaruh Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Rentabilitas Modal Sendiri Pada Pkpri Di Kabupaten Simalungun. 5(01), 1–15.
- Inrawan, A., Silitonga, H. P., & Sudirman, A. (2020). Analisa Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Tingkat Return on Equity. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 144–154. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.197>
- Ignatius, L. Bonar, M. Sinagadan Hendro (2017) Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. Vol. 3.No. 3.
- Kasmir. 2018. *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Keown, Arthur J. et. al *Manajemen Keuangan ; Prinsip dan Penerapan*. Jakarta : PT. Indeks. 2010.
- Kusmaningrum, S. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)
- Kusumajaya, D. K. 2011. Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. (Tesis). Denpasar (ID): Program Pasca Sarjana Udayana
- Kosimimpang, Anum Dian. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2016.

- Mahatma Dewi, Ayu Sri dan Ari Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 4(2). pp : 358-372.
- Meidiyustiani, Rinny. 2016. Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek In-donesia (BEI) Periode Tahun 2010 – 2014. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 5. No.2.
- Nurminda, Isywardhana, Dan Nurbaiti. 2017. Pengaruh Profitabilitas, leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *e-Proceeding of Manajemen* : Vol.4, No.1.
- Novari, Putu Mikhydan Putu Vivi Lestari. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali*. 5(9): 5671-5694.
- Pantow, Murni, & Trang. 2015. Analisa, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai perusahaan
- Prasetyorini, Bhakti Fitri. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 1, No.1.
- Waston, J Fred dan Copeland, Thomase .2001. *Manajemen Keuangan Jilid 1 Edisi ke-9* Jakarta Binarupa Aksara.
- Rahayu, Maryati. Bida Sari. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. Vol. 2.No. 2.
- Ramadhani, Ridho. Akhmadi. M. K. 2018. Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016). *JRBMT*. Vol. 2. No . 1 Page 21-42.
- Rehulina, Novi Sitepu dan Handoyo C Wibisono, (2014). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2009-2013. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rinnaya, Rita, dan Abrar Oemar. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi, terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014. *Jurnal of Accounting*, Vol. 2 No. 2
- Riyanto, Bambang. 2008. *Dasar – Dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta : BPEF.
- Rudangga, I Gusti Ngurah Gede dan Sudiarta, Gede Merta. 2016. Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *E-jurnal manajemen unud*. Vol . 5 no. 7 Page : 4394- 4422. ISSN. 2302-8912.
- Pantow, Murni & Trang (2015). Analisa, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset dan Struktur modal, terhadap Nilai Perusahaan yang tercatat di indeks LQ-45. *Jurnal EMBA*.
- Saputra, H. G. 2015. Pengaruh Leverage, Firm Size, Insider Ownership, Cash Holding, dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Property, Real Estate, & Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia . *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Internasional*. Yogyakarta: BPFE.
- Sari, Zulfia Eka. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Economic value Added dan Resiko Sistematis Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Kategori LQ45 yang Terdaftar Di BEI). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang : Padang
- Sihombing, G. 2008. *Kaya dan Pintar Jadi Trader dan Investor Saham*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Sucuachi, Wiliam and Jay Mark Cambarihan. 2016. Influence of Profitability To The Firm Value Of Diversified Companies In The Philippines. *Accounting and Financial Research* 5(2): pp: 149-153.

Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RND*. Bandung: Alfabeta

Yulius, Christiawan Jogi dan Josua Tarigan. 2007. Kepemilikan manajerial : kebijakan hutang, kinerja dan nilai perusahaan .*Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol.9 . No. 1.