

## PENGARUH PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Savira Indah Cahyani  
Saviraindah21@gmail.com  
Yuliasuti Rahayu

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to examine the effect of profitability and sales growth on the firm value at manufacturing companies in the Food and Beverages sector at Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2016-2020 periods. Profitability was proxy with Return on Asset (ROA), sales growth proxy with Net Sales Growth Ratio and firm value proxy with Price to Book Value (PBV). This research was quantitative with secondary data. The research sample collection technique used the purposive sampling method, therefore it obtained nine research samples that fulfilled the criteria. Furthermore, the period of sample observation took 5 years and the research sample used 45 observation data. Moreover, the analysis method of this research used multiple linear regressions analysis with SPSS program 26 version. The research result showed that profitability had a significantly positive effect on the firm value. From those results, the company experiences increasing profit continuously so that it attracts the investors' interest. Meanwhile, the sales growth had a positive but insignificant effect on the firm value. From those results, the company experienced an increase in sales, nevertheless, it was not always followed with the firm value increased. Because the greater the sales growth, the more debt and the company could not process debt properly so that it could not increase the value of the company.*

*Keywords: profitability, sales growth, firm value*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Profitabilitas diproksikan dengan *Return on Asset (ROA)*, Pertumbuhan Penjualan diproksikan dengan *Net Sales Growth Ratio* dan Nilai Perusahaan diproksikan menggunakan *Price to Book Value (PBV)*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *Purposive Sampling*, sehingga diperoleh 9 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria. Periode sampel pengamatan yang digunakan yaitu 5 tahun, sehingga sampel pada penelitian ini adalah 45 data pengamatan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil tersebut perusahaan mengalami peningkatan profit yang terus-menerus sehingga akan menarik minat investor. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil tersebut perusahaan mengalami peningkatan dalam penjualan, namun dalam peningkatan pertumbuhan penjualan tidak selalu diikuti peningkatan dari segi nilai perusahaan. Karena semakin besar pertumbuhan penjualan maka semakin banyak utang dan perusahaan tidak bisa mengolah utang dengan baik sehingga tidak bisa meningkatkan nilai perusahaannya.

Kata Kunci: profitabilitas, pertumbuhan penjualan, nilai perusahaan

### PENDAHULUAN

Perkembangan perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* di Indonesia saat ini sedang mengalami peningkatan dan diperkirakan akan semakin mengalami peningkatan dimasa pandemi. Hal ini bisa dibuktikan karena perusahaan di sektor ini memberikan

kontribusi yang cukup besar untuk membantu meningkat pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Peningkatan yang dialami perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* saat ini membuat banyak perusahaan berlomba-lomba untuk membuat ide-ide baru agar bisa mengembangkan usahanya dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan disektor yang sama dalam membuat atau menciptakan inovasi dan strategi baru untuk dapat mengeluarkan produk dengan desain unik dan berkualitas yang diharapkan agar dapat menarik minat dari para konsumen untuk membeli produk-produk yang telah dikeluarkan tersebut. Inovasi dan strategi yang telah diciptakan perusahaan dalam membuat produk baru yang unik dan kreatif diharapkan mampu membantu perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan dan juga mampu memberi kontribusi laba yang lebih besar agar perusahaan dapat maksimal mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Pada semester 1 tahun 2020 industri yang bergerak disektor *Food and Beverages* memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap pencapaian nilai ekspor dengan angka menembus USD 13,73 miliar atau sekitar 203,9 triliun. Meski ditengah tekanan akibat pandemi Covid-19, kinerja industri sektor *Food and Beverage* konsisten memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara Indonesia. Salah satu faktor yang menjadikan perusahaan industri sektor *Food and Beverage* dapat meningkatkan pertumbuhan penjualannya meskipun dimasa pandemi covid-19 yaitu tingginya permintaan kebutuhan pokok guna meningkatkan imunitas tubuh dalam upaya menjaga kesehatan. Perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* ini dipilih karena memiliki pertumbuhan yang cukup bagus dan di Indonesia jumlah permintaan konsumen dalam sektor *Food and Beverages* sangat meningkat. Apabila perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan yang pesat, maka profitabilitas yang akan didapatkan perusahaan akan lebih banyak dan itu akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi dari beberapa faktor internal, dimana faktor ini sering digunakan para investor untuk menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas dan pertumbuhan penjualan.

Nilai perusahaan sering dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan para investor untuk melakukan investasi atau tidaknya dengan perusahaan yang menjadi tujuannya. Nilai perusahaan dapat mencerminkan kualitas akan kemampuannya dalam meningkatkan nilai kekayaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan sering dihubungkan dengan harga saham, jika semakin tinggi harga saham yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan semakin terjaminnya kemakmuran dan kesejahteraan dari pemegang sahamnya. Dengan adanya laporan keuangan maka akan memudahkan investor dalam mengambil keputusan investasi dipasar modal. Profitabilitas dapat digunakan oleh para investor sebagai salah satu alat untuk menghitung nilai perusahaan untuk mempertimbangkan bagaimana keadaan suatu perusahaan apakah memiliki nilai yang baik atau tidak. Rasio profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mengukur dan memperoleh laba yang dapat bersumber pada modal sendiri, total aktiva, maupun hutang. Menilai kinerja dan kualitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dapat dilihat dari laba rugi perusahaannya dalam laporan keuangan (Marizta dan Mahargiono, 2021).

Husnan dan Pudjiastuti (2012:7) menyatakan apabila nilai PBV semakin besar, maka semakin tinggi pula perusahaan para pemodal, dibandingkan dengan dana yang telah ditanam diperusahaan. semakin tinggi nilai perusahaan, maka akan semakin tinggi pula keuntungan yang didapatkan perusahaan, dan semakin Makmur para pemegang sahamnya. Dengan menggunakan PBV perusahaan dapat memiliki keuntungan seperti menghasilkan nilai yang relatif stabil dapat dapat dibandingkan dengan harga pasar dan mampu memberikan standar akuntansi yang konsisten pada perusahaan.

Menurut Sukadana dan Triaryati (2018) pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang sangat penting untuk mengukur seberapa besar pendapatan yang akan dihasilkan perusahaan dalam menjual produk barang atau jasa yang ditawarkan. Pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan dapat menentukan pertahanan hidup suatu perusahaan. Perusahaan mendapatkan dana untuk kelangsungan hidup dan berkembang selain dari hutang dan modal sendiri, perusahaan juga mendapatkan dana dari penjualan produk dan jasa yang ditawarkan. Manajemen perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan produknya agar pertumbuhan penjualan dapat seimbang dengan keuntungan perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan penjualan dimasa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi penjualan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga dapat digunakan untuk menunjukkan seberapa besar daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat maka akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dari beberapa penelitian diketahui masih adanya perbedaan hasil penelitian terkait profitabilitas perusahaan yang dilakukan oleh Siswanti dan Ngumar (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan Thaib dan Dewantoro (2017) bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh secara langsung tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian terkait pertumbuhan penjualan yang dilakukan oleh Fista dan Widyawati (2017) bahwa dalam penelitiannya pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. dan penelitian yang dilakukan oleh Pantow *et al.*, (2015) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu ternyata ditemukan perbedaan hasil penelitian, oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian kembali variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan judul "Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada perusahaan manufaktur Sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI Periode 2016-2020)".

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?, (2) Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?. Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI 2016-2020, (2) Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori Sinyal

Teori sinyal merupakan isyarat atau sinyal yang digunakan untuk memberi suatu informasi dari perusahaan kepada pihak investor dalam mengambil suatu keputusan yang berupa sinyal positif maupun negatif pada saat informasi perusahaan diterbitkan. Pihak penerima akan menyesuaikan sikap dan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Sinyal ini berupa suatu informasi mengenai tentang apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa informasi atau promosi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih unggul dari perusahaan lainnya. Teori sinyal dapat memberikan informasi perusahaan yang digunakan oleh investor sebagai bahan observasi mengenai nilai suatu perusahaan dengan menggunakan kebijakan deviden, ukuran perusahaan dan leverage agar dapat mengetahui apakah perusahaan memiliki nilai tinggi atau rendah (Rahmawati, 2018).

### **Laporan Keuangan**

Menurut Rachmania *et al.*, (2017) laporan keuangan suatu informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan dalam periode tertentu. Laporan keuangan yang baik adalah laporan keuangan yang bisa memberikan informasi yang jelas mengenai hasil dari suatu aktifitas perusahaan. Oleh karena itu informasi yang diberikan harus lengkap, jelas dan dapat menggambarkan secara tepat mengenai aktivitas dan kegiatan ekonomi yang berpengaruh dengan hasil operasi suatu perusahaan. Untuk menghasilkan informasi yang layak untuk pengguna laporan keuangan, maka penyusunan laporan keuangan harus disusun sebaik mungkin sesuai dengan data yang akurat berdasarkan aturan yang telah ditetapkan oleh akuntansi yang berlaku.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan nilai wajar perusahaan yang dapat menggambarkan baik atau buruknya suatu kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan perusahaan, diamati dari pengukuran kinerja keuangan pada perusahaan. Menurut Ulfa dan Asyik (2018) nilai perusahaan merupakan suatu gambaran kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan setelah melalui proses kerjanya selama perusahaan tersebut didirikan hingga saat ini. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari harga jual terhadap harga pasar sahamnya. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi yang menjadi tujuan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka akan menjadikan para pemiliknya sejahtera. Semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan dan kemakmuran yang dicapai para pemegang sahamnya.

### **Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Pradana dan Kiswanto (2013) menyatakan pertumbuhan penjualan merupakan suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam mendapatkan sebuah keuntungan yang bisa didapatkan oleh manajemen perusahaan dengan menggunakan suatu target yang telah dibuat. Setiap perusahaan memiliki faktor penting yang dapat memberikan suatu ketentuan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan menggunakan dana yang diperoleh untuk menjalankan operasionalnya dan berkembangnya suatu perusahaan dapat diperoleh dari penjualan produk perusahaan yang ditawarkan bisa berupa barang maupun jasa yang dihasilkan. Penjualan merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut. Dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, maka keuntungan yang diperoleh perusahaan akan meningkat. Oleh karena itu pertumbuhan penjualan merupakan salah satu sumber pendapatan perusahaan. Setiap perusahaan pasti menginginkan pertumbuhannya tetap stabil atau bahkan meningkat tiap tahunnya. agar tetap stabil perusahaan harus mampu mengelola kinerja perusahaannya dengan baik dan benar. Semakin tinggi penjualan bersih yang didapatkan perusahaan, maka akan dapat mendorong profit kotor yang mampu diperoleh perusahaan (Kennedy *et al.*, 2013).

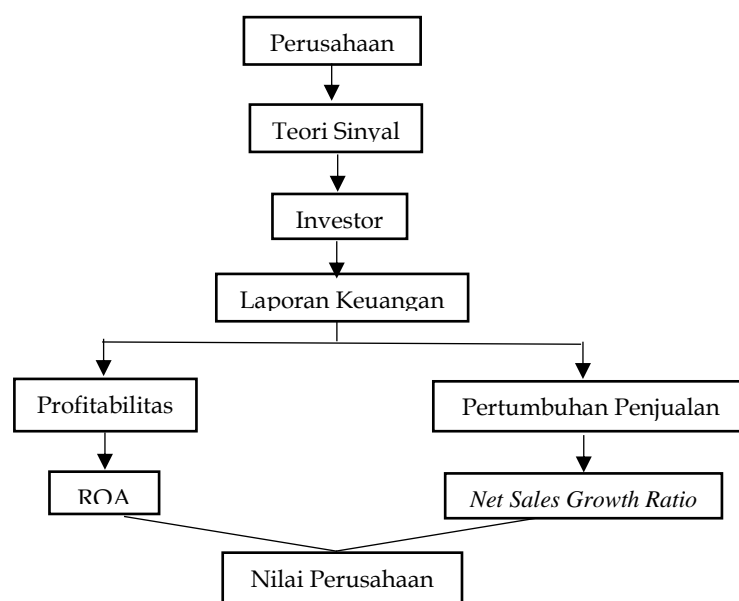
### **Penelitian Terdahulu**

Azizah (2021), melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, solvabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Dengan menggunakan variabel profitabilitas (ROA), likuiditas (*Current Ratio*), solvabilitas (DER), dan ukuran perusahaan (*Firm Size*) menyimpulkan bahwa ROA dan DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara *Current Ratio* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Rudangga dan Sudiarta (2016), melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2011-2014. Hasil analisis penelitiannya ditemukan

bahwa ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Puspitasari (2020), melakukan penelitian tentang pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverages* yang go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Hasil penelitiannya menunjukkan DER berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, PBV dan SIZE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Rerangka Pemikiran

Rerangka pemikiran merupakan bagian dari rangkuman atas semua dasar-dasar teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini. Rerangka pemikiran ini menjelaskan tentang perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia STIESIA dengan menggunakan Teori Sinyal (*Signalling Theory*) dalam menjalankan kinerjanya. Perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* menerbitkan laporan keuangan yang terdiri dari elemen-elemen akun dimana dapat digunakan untuk mengukur variabel independen yakni profitabilitas yang diukur dengan ROA, pertumbuhan penjualan yang diukur dengan *Net sales growth ratio* apakah dapat mempengaruhi variabel dependennya yakni nilai perusahaan yang diukur dengan PBV. Sehingga naik atau turunnya suatu perusahaan dapat dipengaruhi variabel-variabel tersebut. Adapun rerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1  
Rerangka Pemikiran

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Kashmir (2012:114) profitabilitas merupakan rasio yang dapat menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Profitabilitas yang tinggi dapat memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga dapat menarik para investor untuk menanamkan sahamnya. Semakin meningkatnya pertumbuhan profitabilitas perusahaan maka akan berpengaruh positif prospek perusahaan dimasa mendatang dan dinilai semakin baik dimata investor. Ketika perusahaan mampu meningkatkan laba yang diperoleh maka harga saham juga akan meningkat. Menurut Harjito dan Martono (2011:154) perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang baik menandakan bahwa system kinerja perusahaan bekerja dengan efisien, dapat dikatakan efisien karena perusahaan mampu menggunakan aset yang dimiliki untuk mendapatkan laba

yang maksimal sesuai dengan modal dan aset yang dimiliki. Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Asset (ROA)*. Hasil penelitian terkait profitabilitas perusahaan yang dilakukan oleh Siswanti dan Ngumar (2019) menyatakan *Return on Asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pada uraian diatas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

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

Penjualan merupakan suatu kegiatan transaksi yang bisa berupa barang ataupun jasa dengan harapan ingin mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya. Pertumbuhan penjualan merupakan suatu gambaran perubahan naik dan turun penjualan dari tahun ke tahun yang perubahan datanya dapat dilihat dari laporan keuangan tepatnya pada laporan laba rugi perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang meningkat maka akan berdampak positif terhadap keuntungan yang didapat perusahaan. Dengan meningkatnya jumlah pertumbuhan penjualan, maka akan mudah menarik minat para investor untuk melakukan investasi dengan perusahaan tersebut. Dengan meningkatnya permintaan maka harga saham suatu perusahaan akan memiliki nilai yang tinggi dan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang mengalami penjualan yang relatif stabil maka akan memudahkan perusahaan mengambil utang dan dapat menanggung beban tetap yang lebih tinggi daripada perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Dalam penelitian ini, pertumbuhan penjualan diproksikan menggunakan *Net Sales Growth Ratio*. Hasil penelitian terkait pertumbuhan penjualan yang dilakukan oleh Pantow et al. (2015) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Populasi Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menganalisis data sekunder yang datanya dapat diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian kuantitatif digunakan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2013) pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian dengan analisis bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan serta hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti bersifat kausal yaitu jenis penelitian dengan karakteristik masalah yang berupa hubungan sebab-akibat dari suatu peristiwa dalam suatu objek penelitian.

### **Populasi Penelitian**

Populasi merupakan keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian merupakan hal yang menjadi penentu dalam sebuah penelitian karena dapat memberikan jawaban dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Menurut Anwar (2014:87) populasi adalah seluruh elemen yang dapat menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan dalam membuat kesimpulan.

### **Teknik Pengumpulan Sampel**

Sampel merupakan wakil atau sebagian dari populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukakan dengan teknik *Purposive*

*Sampling* atau sampel yang dipilih berdasarkan dengan kriteria tujuan penelitian. Metode *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan kriteria sampel yang telah ditetapkan dan diperoleh sampel sebanyak 45 sampel data dari 9 perusahaan dari Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020

### **Teknik Pengumpulan data**

#### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari entitas atau perusahaan dalam bentuk data yang telah diolah dan dipublikasikan berupa laporan keuangan tahunan yang terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan yang telah diaudit.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu berupa angka bersumber pada laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016-2020. Melalui laman resmi dari BEI dan diakses melalui [www.idx.ac.id](http://www.idx.ac.id)

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data dokumenter. Dengan kata lain, jenis data penelitian yang digunakan berupa dokumen atau arsip yang memuat segala unsur yang terlibat dalam suatu kejadian. Data dokumenter dalam penelitian ini adalah dokumen laporan keuangan tahunan.

### **Variabel Penelitian**

#### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan ini diukur dari perbandingan harga saham per lembar dengan nilai buku per lembar. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value* (PBV). Rasio PBV menggunakan harga pasar saham perusahaan yang mencerminkan penilaian investor atas setiap ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio PBV maka tingkat kepercayaan pasar akan meningkat terhadap prospek perusahaan. PBV dapat memberikan standar akuntansi yang konsisten untuk semua perusahaan dan dapat dibandingkan antara perusahaan-perusahaan yang sama untuk memberikan petunjuk adanya *over/under valuation*. *Price Book Value* (PBV) dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PBV (Price Book Value) = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}} \times 100\%$$

Nilai bukunya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Buku} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

#### **Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan rasio yang dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas yang tinggi akan mudah menarik investor untuk berinvestasi sehingga menyebabkan permintaan akan saham perusahaan meningkat. ROA dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA (Return on Asset) = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

### **Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Naray dan Lisbeth (2015) pertumbuhan penjualan merupakan ukuran mengenai besarnya pendapatan per saham perusahaan yang diperbesar oleh hutang. Ketika suatu perusahaan mempunyai laju pertumbuhan tinggi, maka perusahaan harus menyediakan modal yang cukup untuk perusahaan berdasarkan pernyataan diatas pertumbuhan merupakan perubahan total aset berupa peningkatan ataupun penurunan yang dialami perusahaan selama satu periode tertentu. Pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t - 1}{\text{Penjualan } t - 1} \times 100\%$$

### **Teknik Analisis Data**

#### **Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti dengan menggunakan angka ataupun dalam bentuk grafik, Tabel dan dsitribusi frekuensi. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan secara statistik variabel-variabel dalam penelitian. Ukuran pemusatan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi.

#### **Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**, bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi antara variabel bebas variabel terikat berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011:163). Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam berdistribusi normal atau tidak. Hasil pengujian berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05 maka berdistribusi normal sebaliknya apabila nilai signifikansi < 0,05 maka berdistribusi tidak normal.

#### **Uji Multikolinearitas**

Bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi dapat ditemukan atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika dalam model regresi ditemukan korelasi yang tinggi, maka model tersebut terdapat gejala multikolinearitas. Adapun cara untuk mengetahui gejala multikolinearitas dapat dilihat dengan *tolerance* dan uji *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10 maka dapat terjadi multikolinearitas sebaliknya jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Bertujuan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk pengamatan pada model regresi linear berganda. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut dengan homokedastisitas dan jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka disebut dengan heterokedastisitas. Menurut Ghozali (2013) model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *Scatterplot* dengan ketentuan jika terdapat titik-titik (plot) yang membentuk suatu pola tertentu, maka hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas sebaliknya jika tidak terdapat pola yang jelas dan (plot) yang menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal tersebut menjelaskan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### **Uji Autokorelasi**

Bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 (Harjito dan Martono, 2011).



Apabila terjadi korelasi, maka diidentifikasi terdapat masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul disebabkan adanya observasi yang berurutan sepanjang tahun berkaitan satu sama lain. Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi dapat diuji dengan *Durbin Watson* (DW). Nilai *Durbin Watson* (DW) harus dihitung terlebih dahulu kemudian dibandingkan dengan nilai batas atas (dU) dan nilai batas bawah (dL) untuk berbagai n (jumlah sampel) dan k (jumlah variabel bebas) dengan pengambilan keputusan jika  $DW < dL$  maka terdapat autokorelasi, jika  $dL < DW < dU$  maka tidak dapat kesimpulan, jika  $dU < DW < 4-dU$ , maka tidak terjadi autokorelasi, jika  $4-dU < DW < 4-dL$  maka tidak dapat kesimpulan dan  $DW < 4-dL$  maka terdapat autokorelasi negatif.

### Uji Kelayakan Model

#### Analisis Regresi Linear berganda

Bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 Growth + \epsilon$$

Keterangan:

$\alpha$  : Konstanta

PBV : *Price Book Value*

ROA : *Return on Assets*

Growth: Pertumbuhan Penjualan

$\epsilon$  : Variabel Pengganggu (variabel yang tidak diteliti)

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model penelitian yang telah disusun agar dapat mengetahui keadaan sebenarnya. Besarnya koefisien determinasi adalah dari 0 sampai 1 atau ( $0 < R^2 < 1$ ) yang artinya jika  $R^2$  mendekati 1, maka kontribusi dari variabel independen semakin baik terhadap variabel dependen, maka model tersebut layak digunakan sebaliknya jika  $R^2$  mendekati 0, maka kontribusi dari variabel independen semakin baik terhadap variabel dependen, maka model tersebut tidak layak digunakan.

#### Uji F (Anova)

Digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Menurut Ghazali (2013) uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi berpengaruh terhadap variabel dependen secara Bersama-sama. Uji F dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikan F pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan tingkat signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Berikut kriteria pengujian uji F jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka model yang digunakan dianggap layak dan mampu dipergunakan untuk analisis berikutnya sebaliknya jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka model yang digunakan dianggap tidak layak dan tidak dapat dipergunakan untuk analisis berikutnya.

#### Pengujian Hipotesis (uji t)

Bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila probabilitas kesalahan t lebih kecil dari tingkat signifikansi yang dapat ditolerir ( $\alpha = 0,05$ ), maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Begitupun sebaliknya jika probabilitas kesalahan t lebih besar dari tingkat signifikansi yang dapat ditolerir ( $\alpha = 5\%$ ), maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Adapun ketentuan dasar dalam pengambilan keputusan ini adalah

Ha ditolak : Apabila  $Pr \geq \alpha = 5\%$  ( $sig > 0,05$ ) maka variabel independen tidak ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen sebaliknya Ha diterima : Apabila  $Pr \leq \alpha = 5\%$  ( $sig < 0,05$ ) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014:115) populasi merupakan suatu obyek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2020 sebanyak 9 perusahaan. Menurut Sugiyono (2011:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel adalah teknik *Purposive Sampling* dan data diambil dari laporan keuangan perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2020. Pengambilan sampel ditetapkan berdasarkan karakteristik yang telah ditetapkan sehingga terdapat 9 data sampel penelitian.

### Analisis Statistik Deskriptif

Pada analisis statistik deskriptif menggambarkan variabel-variabel yang akan disajikan pada penelitian ini ialah Profitabilitas (ROA), Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) sebagai variabel independent dan Nilai perusahaan (PBV) sebagai variabel dependen. Pengamatan pada penelitian ini berjumlah 45 dengan menggunakan SPSS 26 hasil analisis deskriptif pada perusahaan *Food and Bavarages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 yang disajikan pada Tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**  
**Descriptive statistics**

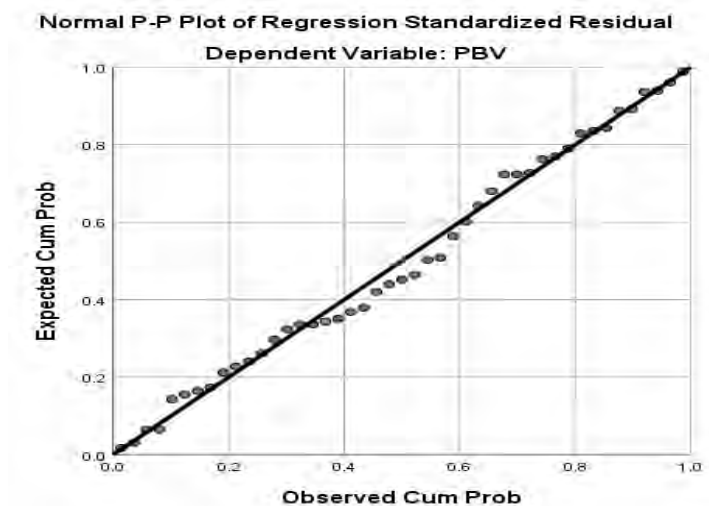
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	45	,32	6,86	2,7231	1,86923
ROA	45	,05	18,23	8,5949	5,01666
GROWTH	45	-,15	,62	,0978	,13306
Valid N (listwise)	45				

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Dapat dilakukan dua acara yaitu analisis grafik dan uji Kolmogrov-Smirnov. Uji analisis grafik dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini:



Gambar 2  
 Hasil Uji Normalitas  
 Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Dari Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa data menunjukkan normal *Probability Plot* tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal dan mengikuti arah diagonal. Sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini memenuhi uji normalitas dan berdistribusi baik atau normal.

Selain menggunakan uji analisis grafik, uji *Kolmogorov-Smirnov* juga dapat digunakan untuk melihat data residual berdistribusi normal atau tidak. Hasil dari uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2  
 Hasil Uji Normalitas  
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,63866740
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,070
	Negative	-,061
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2 diatas, hasil uji normalitas yang menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, bahwa pada nilai *Asymp. Sig 2- tailed* sebesar 0,200. Dimana hal tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* memiliki tingkat yang lebih dari 0,05 atau 0,200 > 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui terjadi multikolinearitas atau tidaknya dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor (VIF)*. Uji ini dihasilkan dengan menggunakan SPSS 26 yang dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**  
**Collinearity Statistics**

	Model	Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	,995	1,005
	GROWTH	,995	1,005

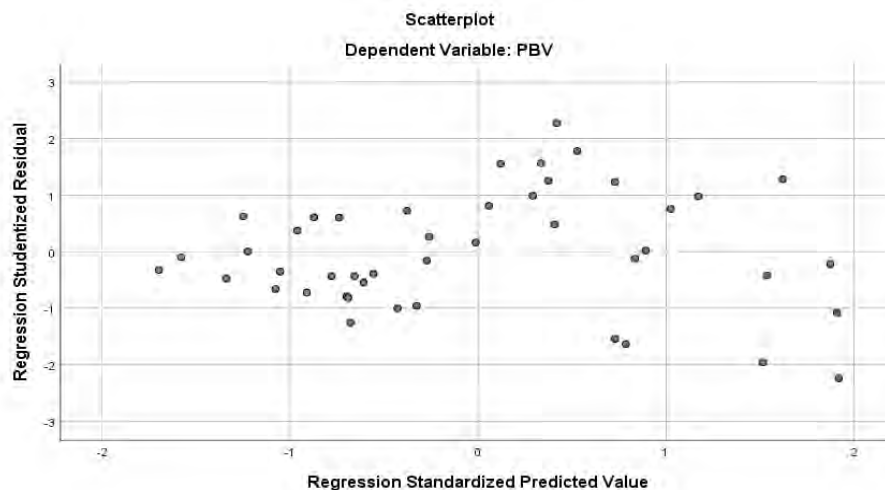
a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan hasil dari Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai *tolerance* dan VIF untuk masing-masing variabel bebas atau variabel independen. Dimana Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (ROA) memiliki nilai *tolerance* sebesar  $0,995 > 0,10$  dengan nilai VIF sebesar  $1,005 < 10$  dan Pertumbuhan penjualan *tolerance* sebesar  $0,995 >$  dengan nilai VIF sebesar  $1,005 < 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance*  $> 0,10$ , dan nilai VIF  $< 10$ . Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dari penelitian ini tidak terjadi atau terbebas dari multikolienaritas antar variabel independen.

### Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara mendeteksi apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidaknya dapat dilihat menggunakan grafik *scatterplot*. Uji ini dihasilkan oleh SPSS 26 yang dapat dibawah ini:



**Gambar 3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022**

Berdasarkan dari Gambar 3 hasil uji diatas, dapat dilihat pada titik-titik yang menyebar secara acak dan tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak adanya pembentukan pola tertentu. Dari hasil ini maka dapat dikatakan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastitas, dengan itu disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi dan layak digunakan sebagai variabel independen dari variabel dependennya yaitu nilai perusahaan.

### Uji Autokorelasi

Untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson. Uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,481 <sup>a</sup>	,231	,195	1,67723	,947

a. Predictors: (Constant), GROWTH, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson berada diantara -2 sampai 2 yaitu sebesar 0,947 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi ini.

### Uji Kelayakan Model

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut adalah hasil dari uji analisis regresi linear berganda pada perusahaan *Food and Bavarage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Uji analisis ini dapat dilihat pada Tabel 5 dibawah ini:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,021	,545		1,875	,068
	ROA	,174	,051	,468	3,455	,001
	GROWTH	2,072	1,905	,147	1,054	,283

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan dari hasil uji analisis regresi linear berganda yang terlampir pada Tabel 5 diatas memperoleh hasil analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$PBV = 1,021 + 0,174 ROA + 2,072 Growth + \epsilon$$

Dari persamaan regresi tersebut mempunyai maksud keterangan sebagai berikut: Konstanta ( $\alpha$ ): nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1,021 dan nilai konstanta tersebut bernilai positif, dapat diartikan apabila seluruh nilai variabel independent yang terdapat pada penelitian ini yaitu Profitabilitas (ROA) dan Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) bernilai sama dengan 0, maka variabel dependen yaitu Nilai perusahaan (PBV) bernilai sebesar konstanta tersebut. Koefisien regresi Profitabilitas (ROA) nilai  $\beta_1$  sebesar 0,174 dimana hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROA) memiliki hubungan positif (searah) dengan nilai perusahaan (PBV). Apabila Profitabilitas (ROA) mengalami kenaikan maka nilai perusahaan juga akan naik. Sebaliknya apabila Profitabilitas (ROA) mengalami penurunan maka nilai perusahaan (PBV) juga akan menurun. Koefisien Regresi Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*), nilai  $\beta_2$  sebesar 2,072 dimana hal ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) memiliki hubungan positif (searah) dengan nilai perusahaan (PBV). Apabila Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) mengalami kenaikan maka

nilai perusahaan juga akan naik. Sebaliknya apabila Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) mengalami penurunan maka Nilai Perusahaan (PBV) juga akan menurun.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,481 <sup>a</sup>	,231	,195	1,67723

a. Predictors: (Constant), GROWTH, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi  $R^2$  pada Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa *Adjusted R-Square* model sebesar 0,195 atau 19,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent yaitu Profitabilitas (ROA) dan Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) mampu menjelaskan variabel dependen nilai perusahaan (PBV) sebesar 0,195 atau 19,5%, sedangkan sisanya sebesar 0,805 atau 80,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian.

### Uji F (Anova)

Berikut adalah hasil uji F yang dapat dilihat pada Tabel 7 dibawah ini:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35,587	2	17,794	6,335	,004 <sup>b</sup>
	Residual	118,150	42	2,813		
	Total	153,738	44			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), GROWTH, ROA

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji F yang disajikan pada Tabel 7 diatas, memperlihatkan bahwa dalam penelitian ini hasil uji statistik F memiliki tingkat signifikan 0,004 yang berarti  $< 0,05$  yaitu memiliki tingkat signifikan yang nilainya dibawah 0,05 dengan itu maka model regresi layak dapat dilakukan dalam penelitian.

### Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,021	,545		1,875	,068
	ROA	,174	,-051	,468	3,453	,001
	GROWTH	2,072	1,905	,147	1,088	,283

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Berdasarkan hasil  $t$  pada Tabel 8 di atas menunjukkan hasil pengujian pengaruh profitabilitas (ROA) dan Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) terhadap nilai perusahaan (PBV) sebagai berikut: (1) Pengaruh ROA terhadap PBV, Berdasarkan hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa ROA memiliki  $t$  hitung sebesar 3,453 dan nilai signifikan sebesar 0,001 dengan nilai koefisien B sebesar 0,174. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Maka  $H_1$  diterima. Artinya Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Pengaruh *Net Sales Growth Ratio* terhadap PBV, Berdasarkan hasil uji  $t$  menunjukkan *Net Sales Growth Ratio* memiliki  $t$  hitung sebesar 1,088 dan nilai signifikan sebesar 0,283 dengan nilai koefisien B sebesar 2,072. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) tidak signifikan ( $2,072 > 0,05$ ). Maka  $H_2$  diterima artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

## Pembahasan

### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di masing-masing variabel independen, terutama pada variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA (*Return on Asset*) memiliki tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Hasil signifikan diperoleh dari variabel ini, ROA  $0,001 < 0,05$ . Setelah hasil Signifikan, nilai lain yang dimiliki ialah  $t$  hitung sebesar 3,453. Jika diartikan maka ROA berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV (*Price Book Value*). Hal ini menunjukkan bahwa ROA dapat mencapai tingkat efisiennya, yaitu dalam hal menggunakan keseluruhan aset yang ada dan dapat mencapai tingkat efisiensinya, yaitu dalam hal menggunakan keseluruhan aset yang ada dan dapat menghasilkan profit. Dengan profit yang didapatkan perusahaan, maka akan menghasilkan sinyal positif yang dapat menaikkan nilai perusahaan. Perlu diketahui para investor tertarik dikarenakan dengan tingginya tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan. Dengan profit yang tinggi maka perusahaan tersebut dapat dianggap dalam kondisi yang baik dibandingkan dengan perusahaan lain yang tidak memiliki profit. Tujuan suatu perusahaan dapat dikatakan tercapai dalam meningkatkan nilai perusahaannya karena perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas yang dimiliki perusahaannya dengan meningkatkan kinerja keuangannya dengan maksimal. Kinerja keuangan perusahaan yang digambarkan oleh *Return on Asset* (ROA) dengan nilai tinggi dan mampu meningkatkan nilai perusahaan yang dimilikinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Widiantari dan Yadnya (2017), dalam penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas meningkat maka akan selalu diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan dan begitu juga sebaliknya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan dapat mencerminkan bahwa perusahaan dalam kondisi baik, sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siswanti dan Ngumar (2019) menyatakan *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun disatu sisi terdapat penelitian yang tidak sejalan yaitu yang dilakukan oleh Thaib dan Dewantoro (2017) bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh secara langsung tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, variabel pertumbuhan penjualan yang diproksikan dengan (*Net Sales Growth Ratio*) memiliki tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Hasil signifikan yang diperoleh dari variabel ini (*Net Sales Growth Ratio*)  $0,283 > 0,05$ . Setelah hasil signifikan, nilai lain yang dimiliki  $t$  hitung sebesar 1,088 maka dapat diartikan bahwa (*Net Sales Growth Ratio*) berpengaruh positif tidak signifikan. Pengaruh positif artinya jika nilai pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan maka nilai perusahaan akan mengalami

kenaikan, sebaliknya jika nilai pertumbuhan penjualan mengalami penurunan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Dikatakan tidak signifikan karena pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga berapapun nilai pertumbuhan penjualan hanya berpengaruh kecil terhadap nilai perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan *Food and Beverages*. Artinya bahwa perusahaan sektor makanan dan minuman memiliki tingkat penjualan yang tidak stabil, pertumbuhan penjualan yang besar tidak selalu diikuti peningkatan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin besar pertumbuhan penjualan maka semakin banyak beban penjualan dan beban usaha sehingga menyebabkan laba bersih turun. Jika laba yang dihasilkan perusahaan mengalami penurunan maka akan mengurangi tingkat keuntungan yang diinginkan investor sehingga menyebabkan penurunan harga saham dan akhirnya menurunkan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pantow et al (2015) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun disatu sisi terdapat penelitian yang tidak sejalan yang dilakukan oleh Fista dan Widyawati (2017) bahwa dalam penelitiannya pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, mengenai pengaruh dari variabel independen yang ada pada penelitian ini yaitu Profitabilitas (ROA) dan Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Growth Ratio*) terhadap nilai perusahaan (PBV) yang sebagai variabel dependennya, dengan objek perusahaan *Food and Beverage*, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan menggunakan *Return on Asset* (ROA), berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa apabila laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan meningkat ditambah dengan aset perusahaan yang juga ikut meningkat maka akan dengan mudah meningkatkan nilai perusahaannya. Ketika perusahaan mengalami peningkatan pendapatan secara terus-menerus, maka nilai perusahaan akan terlihat baik dimata investor dan akan semakin mudah pula menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya keperusahaan tersebut.

Variabel pertumbuhan penjualan yang diproksikan menggunakan *Net Sales Growth Ratio*, berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil menunjukkan perusahaan sektor *Food and Beverage* mempunyai tingkat penjualan yang stabil serta cenderung mengalami peningkatan. Namun, peningkatan pertumbuhan penjualan tak selalu pula dapat meningkatkan nilai perusahaannya. Karena semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan maka akan semakin besar pula dana yang akan dibutuhkan perusahaan agar tetap menjalankan sistem operasionalnya untuk memenuhi kebutuhan permintaan masyarakat yang semakin meningkat. Apabila dana yang disediakan perusahaan kurang maka perusahaan akan melakukan utang untuk menambah dana biaya operasional perusahaannya. Ketika perusahaan tidak bisa mengelola hutang dengan baik dan perusahaan tidak mampu melunasi hutangnya tersebut maka akan mempengaruhi tingkat nilai perusahaan yang dimilikinya .

### Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat peneliti sampaikan diantaranya yaitu: (1) Bagi Investor: Sebagai seorang investor sebaiknya memperhatikan profitabilitas dan pertumbuhan penjualan suatu perusahaan sebelum melakukan investasi dan menanamkan modalnya dengan pihak perusahaan yang dituju, (2) Bagi Perusahaan: Sebagai perusahaan yang memiliki profitabilitas yang terus meningkat, sebaiknya perusahaan harus mampu menjaga dan terus meningkatkan kinerja



perusahaannya agar para investor tertarik dan mempunyai keinginan untuk berinvestasi dan menanamkan modalnya ke perusahaan yang dituju, (3) Bagi peneliti: Selanjutnya diharapkan menambah jumlah variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi dan dapat menggambarkan variabel apa saja yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat. Salemba Empat. Jakarta.
- Azizah, D. G., 2021. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Stiesia Surabaya*.
- Brigham, E. F dan J. F. Houston .2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Sepuluh. Buku Dua. Salemba Empat. Jakarta
- Fista, B. F. dan D. Widyawati. 2017. Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* 6(5)
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Data Multivariate dengan Program IBM SPSS21*. Edisi Kelima. Cetakan Ketujuh. *Badan Penerbit Unioersitas Diponegoro*. Semarang.
- Harjito, A dan Martono. 2011. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. *Ekonosia*. Yogyakarta.
- Husnan, S. dan E. Pudjiastuti. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi (UPP STIM YKPN). Yogyakarta.
- Kashmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Kennedy, N. Azlina. dan A. R. Suzana. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Real Estate and Property yang Go Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 1-10.
- Marizta, N. A dan P. B. Mahargiono. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan *Food And Bavarage* yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10(3).
- Naray, A. R. dan dan L Mananeke. 2015. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Ukuran Penjualan Terhadap Struktur Modal pada Bank Pemerintah Kategori Buku 4. *Jurnal EMBA* 3(2):961-971.
- Pantow, M. S. S. Murni, dan I. Trang. 2015. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return on Asset*, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat DI Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA* 3(1):961-971.
- Pradana, H. R dan F. Kiswanto. 2013. Pengaruh Risiko Bisnis, Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Analisis Akuntansi* 2(4): 423-429.
- Puspitasari, H. W. 2020. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan *Food and beverage*. *Stiesia Surabaya*.
- Rachmania, A. Budiman, S. dan L. D. Iryani. 2017. Analisis Pengaruh Fraud Triangle Terhadap Kecurangan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2013-2015. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)*. *Bidang Akuntansi*.2(2).
- Rahmawati, D. R. 2018. Pengaruh Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan *Food and beverage*. *STIE Perbanas Surabaya*.
- Rudangga, I. G. N. G. dan G. M. Sudiarta. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 5(7):243363.
- Siswanti, D. A dan S. Ngumar. 2019. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* 8(2).

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, dan B&D*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Cetakan ketiga. CV Alfabeta. Bandung.
- Sukadana, I. K. T. dan N. Triaryati. 2018. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan *Food and Bavarage* BEI. *Jurnal Universitas Udayana*.
- Thaib, I dan A. Dewantoro. 2017. Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi* 1(1): 25-44.
- Ulfa, R. dan N. F. Asyik. 2018. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* 7(10).
- Widyantari, N. L. P dan I. P. Yadnya. 2017. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada *Food and beverages E Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6(12):25.