

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN SALES GROWTH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Laily Ayu Chairani
Lailyayuc07@gmail.com
Astri Fitria

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of financial ratios on the firm value at the companies in the health sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2017-2021. The financial ratios which were used, namely profitability was measured by Return On Assets, liquidity was measured by Current Ratio, firm size was measured by LN, and Sales Growth was measured by sales growth (SG). The research was quantitative. Moreover, the population was companies in the health sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2017-2021. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on the criteria and certain considerations determined by the researcher. In line with that, there were 65 samples taken from 13 health companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the observation period of 2017-2021. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution). The research result showed that profitability (Return On Assets) had a positive effect on the firm value of companies in the health sector, On the other hand, liquidity (Current Ratio) did not affect the firm value of companies in the health sector. Likewise, firm size (LN) did not affect the firm value of companies in the health sector. Similarly, sales growth (SG) did not affect the firm value of companies in the health sector.

Keywords: profitability, liquidity, firm size, sales growth

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh rasio keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan bidang kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 – 2021. Dalam penelitian ini rasio keuangan yang digunakan adalah Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets*, Likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio*, Ukuran Perusahaan yang diukur dengan LN, dan *Sales Growth* yang diukur dengan Pertumbuhan Penjualan (SG). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak dibidang kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 – 2021. Pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling method* yang berarti pemilihan sampel didasarkan pada kriteria – kriteria dan pertimbangan tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Dari metode tersebut diperoleh sebanyak 65 sampel dari 13 perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode pengamatan 5 tahun dari 2017 hingga 2021. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan program statistik SPSS. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas (*Return On Assets*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Likuiditas (*Current Ratio*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Ukuran Perusahaan (LN) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan *Sales Growth* (SG) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan sales growth

PENDAHULUAN

Tujuan dari sebuah perusahaan adalah dapat mengoptimalkan laba baik bagi pemilik perusahaan maupun pemegang saham. Saat perusahaan mencapai nilai laba yang optimal ini berarti perusahaan memiliki kinerja dan manajemen yang berjalan baik sehingga berdampak

positif pada harga saham perusahaan. Karena harga saham perusahaan merupakan salah satu tolak ukur dari nilai perusahaan.

Bagi pihak manajer nilai perusahaan juga menjadi sebuah ukuran atas keberhasilan dan prestasi yang dicapai dalam memimpin sebuah perusahaan. Nilai perusahaan juga bisa menjadi sebuah acuan untuk prospek dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi pihak investor, nilai perusahaan menjadi salah satu pertimbangan untuk pengambilan keputusan apakah investor akan tertarik untuk menanamkan investasi pada perusahaan. Dari beberapa perihal tersebut maka nilai dari sebuah perusahaan harus semakin meningkat dari waktu ke waktu agar perusahaan bisa mendapat kepercayaan. Saat perusahaan memiliki nilai perusahaan yang baik maka harga saham perusahaan akan semakin tinggi.

Pengukuran nilai perusahaan bisa menggunakan beberapa cara salah satunya yaitu dengan rasio *Price to Book Value* (PBV). Perhitungan *Price to Book Value* (PBV) adalah dengan membandingkan antara harga saham dengan nilai buku dari saham perusahaan tersebut. Menurut Arifianto dan Chabachib (2016) dari rasio PBV calon investor bisa mengetahui perusahaan yang nilai sahamnya *undervalued* atau *overvalued*.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Salah satunya yaitu profitabilitas. Menurut Santoso dan Junaeni (2022) salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas juga bisa menjadi tolak ukur bagaimana kinerja dari perusahaan tersebut, karena profitabilitas merupakan hasil akhir dari semua keputusan yang diambil manajemen, hasil dari kinerja yang dilakukan, dan sejumlah kebijakan - kebijakan yang telah diterapkan. Karena manfaat yang dirasakan dari profitabilitas yang tinggi tidak hanya dirasakan oleh pihak pemilik perusahaan saja tapi juga bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Faktor kedua yang juga penting dalam penilaian perusahaan adalah dengan melihat likuiditas perusahaan. Menurut Trihatmoko dan Suryono (2020) likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi semua kewajiban keuangan yang segera dapat dicairkan atau yang sudah jatuh tempo. Secara spesifik likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang akan jatuh tempo. Saat tingkat likuiditas suatu perusahaan meningkat maka perusahaan juga akan mampu dalam memenuhi kewajiban keuangannya dalam waktu dekat yang segera akan jatuh tempo.

Faktor ketiga yang menjadi sebuah pertimbangan dalam penilaian perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Pratama dan Wiksuana (2016) ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Saat perusahaan memiliki jumlah aset yang tinggi dan memiliki arus kas yang baik bisa dikatakan bahwa perusahaan telah mencapai titik stabil. Karena dengan aset yang besar tersebut perusahaan berkemampuan untuk mengontrol kondisi pasar sehingga prospek perusahaan dimasa mendatang juga baik.

Faktor selanjutnya yang perlu dilihat dalam menentukan nilai perusahaan adalah dengan melihat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dari perusahaan. Menurut Manggale dan Widyawati (2021) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dapat diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan bersih dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode untuk memprediksi seberapa besar perusahaan mendapatkan keuntungan. Jika *sales growth* perusahaan semakin meningkat dan positif maka ini menunjukkan bahwa perusahaan melakukan kinerja yang optimal sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat.

Bisnis dibidang kesehatan menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan dan memiliki prospek baik di masa yang akan datang. Selain itu perusahaan kesehatan juga memegang peran penting bagi seluruh penduduk Indonesia karena kesehatan menjadi hal yang utama bagi setiap manusia sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup bagi seluruh masyarakat. Perusahaan kesehatan juga memiliki cakupan lingkungan yang luas dan beragam mulai dari rumah sakit, pedagang besar farmasi yang menyediakan obat - obatan, perusahaan asuransi kesehatan, laboratorium medis, hingga perusahaan yang menyediakan peralatan kesehatan.

Oleh sebab itu setiap perusahaan terutama pada bidang kesehatan perlu untuk melakukan optimalisasi kinerja serta selalu berusaha untuk menjaga citra dan nilai perusahaan. Upaya ini dilakukan untuk bisa mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan di zaman yang semakin tinggi tingkat persaingannya. Karena semakin tinggi dan meningkatnya nilai perusahaan ini akan menimbulkan sebuah respon sinyal positif dari pihak investor sehingga ini dapat diartikan bahwa investor tertarik untuk menanamkan investasi pada perusahaan tersebut. Investor akan cenderung lebih memilih perusahaan yang mampu mengalokasikan sumber dayanya untuk mencapai target laba yang maksimal dan berusaha untuk meningkatkan laba pada setiap periodenya. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah Profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? (2) Apakah Likuiditas berpengaruh pada nilai perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? (3) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia? (4) Apakah *Sales Growth* berpengaruh pada nilai perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan tersebut dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk menguji secara empiris pengaruh *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, (2) Untuk menguji secara empiris pengaruh *Likuiditas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, (3) Untuk menguji secara empiris pengaruh *Ukuran Perusahaan* berpengaruh terhadap nilai perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, (4) Untuk menguji secara empiris pengaruh *Sales Growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN TEORITIS

Signalling Theory (Teori Sinyal)

Menurut Brigham dan Houston (2011) (dalam Dewi dan Sujana, 2019) menjelaskan bahwa sinyal merupakan suatu tindakan yang diambil oleh pihak manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi pihak investor tentang bagaimana manajemen memandang atau memberi gambaran prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana cara untuk memberikan sinyal kepada pihak eksternal perusahaan, hal ini dilakukan untuk menghindari informasi - informasi asimetri antara perusahaan dan pihak eksternal.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang ada kaitannya dengan harga saham. Menurut Aini dan Priyadi (2022) menjelaskan bahwa nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan bisa memberikan kesejahteraan pada pemegang saham secara maksimal apabila harga saham sebuah perusahaan meningkat.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu. Menurut Hermuningsih (2013) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan guna mendapatkan laba yang terkait dengan penjualannya, total aktiva yang dimilikinya maupun modal sendiri. Profitabilitas merupakan salah satu indikator penting dalam seluruh aspek bisnis karena profitabilitas menggambarkan dan menunjukkan efisiensi dari kinerja perusahaan.

Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban (hutang) jangka pendek sesuai dengan waktu yang telah ditentukan (jatuh tempo). Menurut Harahap (2011) likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk

menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat likuidnya sebuah perusahaan dengan cara membandingkan aset yang dimiliki perusahaan dengan kewajiban perusahaan.

Ukuran Perusahaan

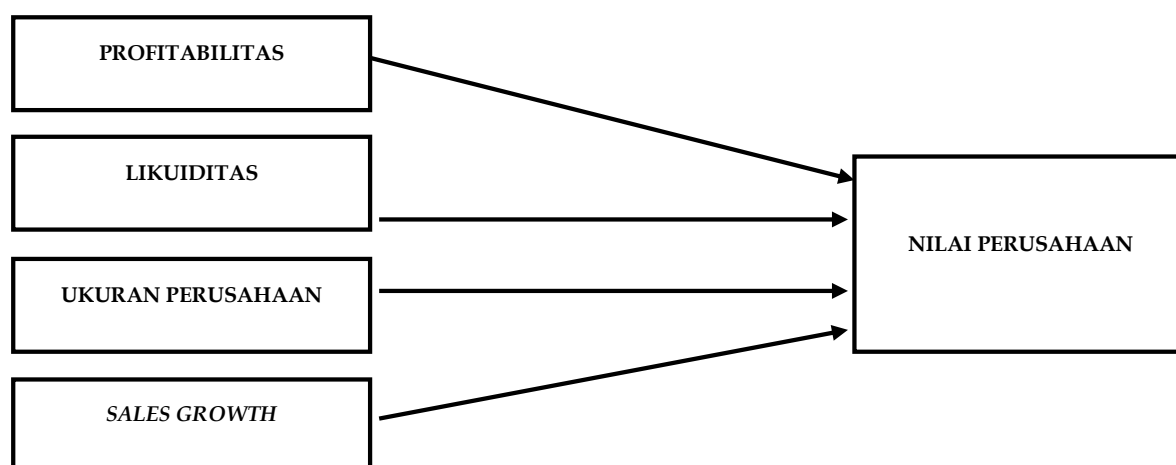
Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan dengan mengukur besarnya total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Herawati (2017) ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva, pendapatan, atau modal dari perusahaan tersebut. Apabila total aktiva yang dihasilkan oleh perusahaan besar, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan memiliki prospek yang baik dalam menghasilkan laba dibanding dengan perusahaan yang total aset nya kecil. Menurut Badan Standarisasi Nasional dalam Riadi (2020) ukuran perusahaan yang didasarkan pada aset yang dimiliki perusahaan terbagi menjadi tiga jenis, yaitu Perusahaan Besar, Perusahaan Menengah, dan Perusahaan Kecil.

Sales Growth

Salah satu faktor penting penentu kelangsungan perusahaan adalah *sales growth* atau bisa disebut dengan pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan ini menunjukkan bagaimana peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Menurut Emingtyas (2017) menjelaskan bahwa karena *sales growth* perusahaan yang tinggi maka akan mempengaruhi aset dan laba perusahaan, sehingga investor dan kreditur tertarik untuk memberikan investasi dan kredit kepada perusahaan.

Rerangka Konseptual

Berdasarkan pada tinjauan teoritis dan uraian dari rumusan masalah dari penelitian ini dapat disimpulkan suatu rerangka konseptual yang menggambarkan tentang hubungan variabel dalam penelitian ini:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aktivitas perusahaan berupa penjualan, total aset, atau modal sendiri. Berdasarkan pada teori sinyal, perusahaan bisa mengirimkan sinyal melalui laporan keuangan yang berisi informasi akuntansi perusahaan dengan tujuan

mengurangi informasi asimetri dan ketidakpastian prospek dari perusahaan dimasa depan serta untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahya dan Trinoyowati (2019) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Defni dan Rahayu (2021) yang mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya (Harahap, 2011). Semakin tingginya nilai likuiditas perusahaan maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban atau hutangnya. Jika rasio likuiditas menunjukkan hasil yang tinggi ini menunjukkan perusahaan memiliki prospek yang baik.

Rasio likuiditas yang pengukurannya menggunakan *current ratio* (rasio lancar) menggambarkan bahwa kecukupan dari arus kas untuk memenuhi hutang - hutang jangka pendek perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Widyawati (2021) yang menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nastiti dan Sapari (2022) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur yang dapat menunjukkan skala perusahaan yang diukur menggunakan total asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besarnya ukuran perusahaan maka informasi akuntansi yang dibutuhkan investor untuk membantu saat proses pengambilan keputusan investasi juga semakin banyak dan luas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Manggale dan Widyawati (2021) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini dan Priyadi (2022) yang menyatakan pada hasil penelitiannya bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan

Sales growth merupakan pertumbuhan penjualan yang menunjukkan gambaran perubahan terkait peningkatan dan penurunan penjualan dari periode saat ini ke periode selanjutnya yang bisa dilihat melalui laporan keuangan pada laporan laba rugi perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2011) (dalam Cahyani dan Rahayu, 2022) menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki penjualan yang relatif stabil maka akan memudahkan perusahaan mengambil utang dan dapat menanggung beban tetap yang lebih tinggi daripada perusahaan yang tingkat penjualannya tidak stabil.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sujana (2019) yang mengatakan bahwa *sales growth* (pertumbuhan penjualan) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyani dan Rahayu (2022) yang menjelaskan bahwa *sales growth* (pertumbuhan penjualan) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₄: *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Karena pada penelitian ini data yang digunakan berisi angka - angka yang digunakan untuk proses pengambilan

keputusan yang bersumber dari data laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasikan. Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan di bidang kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode pengamatan yang ditetapkan adalah selama 5 (lima) tahun dimulai dari tahun 2017 hingga tahun 2021.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Aeni (2019) menjelaskan tentang *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel penelitian secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria sampel yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah: (1) Perusahaan di bidang kesehatan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017 - 2021. (2) Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahunan perusahaan periode tahun 2017 - 2021. (3) Perusahaan yang menyusun laporan keuangan dengan mata uang Indonesia yaitu rupiah. Berdasarkan dari tabel seleksi sampel di atas diperoleh hasil sampel yang memenuhi kriteria yaitu terdapat 13 perusahaan bidang kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan tahun pengamatan 5 tahun dari tahun 2017 hingga tahun 2021. Sehingga diperoleh jumlah data observasi sebanyak 65 data.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan teknik dokumenter, dimana data - data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data arsip yang memuat suatu kejadian atau transaksi dalam perusahaan berupa laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan laba rugi selama periode tahun penelitian 2017 hingga tahun 2021 pada perusahaan di bidang kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang telah memenuhi kriteria. Data tersebut diperoleh penulis yang berasal dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Selain itu, penulis juga melakukan studi pustaka untuk memperoleh data terkait pembahasan yang sedang diteliti melalui berbagai literatur seperti buku, jurnal, artikel, skripsi atau akses website.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang dipenuhi oleh perusahaan yang mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah bertahun - tahun menjalankan usahanya, yaitu sejak berdirinya suatu perusahaan hingga saat ini (Sudiyanto, 2010). Pengukuran nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Menurut Cahyani dan Rahayu (2022) *Price to Book Value* (PBV) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana nilai buku dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Book\ Value = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Variabel Independen

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aktivitas perusahaan baik dari aspek penjualan, total aset, maupun modal sendiri. ROA adalah rasio dari hasil perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aset yang dimiliki perusahaan pada tahun yang bersangkutan (Sulistiyawan dan Riharjo, 2022). Menurut Dendawijaya (2005) pengukuran *return on asset* (ROA) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban (hutang) jangka pendek sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Menurut Ramadhan dan Widyawati (2021) nilai likuiditas ini menjadi salah satu variabel analisa mengetahui tingkat aktifitas perusahaan dalam hal pelunasan kewajiban yang ada, terutama kewajiban jangka pendek dikarenakan rendahnya likuiditas yang berdampak sulitnya kondisi perusahaan. Indikator pengukuran likuiditas bisa menggunakan *current ratio* (CR). Menurut Moeljadi (2006) cara untuk menghitung atau mengukur *current ratio* adalah dengan rumus:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Menurut Moeljono (2005) (dalam Aini dan Priyadi, 2022) pengukuran ukuran perusahaan ini dapat dilakukan dengan menghitung dari total aset, investasi, perputaran modal, alat produksi, jumlah pegawai, keluasan jaringan usaha, penguasaan pasar, output produksi, besaran nilai tambah, besaran pajak terbayarkan, dan seterusnya itu ternyata menjadi gambaran akan kenyataan bahwa memang identik dengan perusahaan besar. Menurut Amalia dan Suryono (2022) cara untuk mengukur ukuran perusahaan dapat menggunakan rumus:

$$\text{Size} = \text{Log Natural (Total Asset)}$$

Sales Growth

Sales growth atau pertumbuhan penjualan merupakan pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat dari naiknya jumlah penjualan perusahaan dari satu periode ke periode lain. *Sales growth* menggambarkan tentang keberhasilan operasional perusahaan di masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan penjualan di masa yang akan datang (Elisa dan Amanah, 2021). Menurut Cahyani dan Rahayu (2022) cara untuk menghitung *sales growth* adalah dengan rumus:

$$\text{Sales Growth (SG)} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1} \times 100\%$$

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisa data kuantitatif dengan metode analisis yang perhitungannya menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26, yang bertujuan untuk menentukan pengaruh dari profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ini variabel – variabel yang terdapat dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat diukur menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan jika nilai yang dihasilkan oleh probabilitas > 0,05 ini berarti data berdistribusi normal sedangkan jika nilai yang dihasilkan oleh probabilitas < 0,05 ini berarti data berdistribusi tidak normal.

Selain itu, terdapat analisis yang dapat digunakan untuk menguji apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik normal *probability plot* dengan ketentuan jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau pola grafik histogramnya memperlihatkan pola distribusi normal, maka model uji regresi memenuhi asumsi uji normalitas (Ghozali, 2011).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Cara yang digunakan untuk dapat mengetahui gejala dari multikolinearitas adalah dengan melihat *tolerance value* dan uji *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Ghozali (2016) ketentuan dari *tolerance value* dan uji VIF adalah jika nilai *tolerance* < 0,1 dan VIF > 10, maka bisa diartikan terdapat multikolinearitas antar variabel. Sedangkan jika nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10, maka bisa diartikan tidak terdapat multikolinearitas antar variabel.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk pengamatan dalam modal regresi linier berganda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Menurut Ghozali (2017) (dalam Anggara, 2019) cara mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan grafik *scatterplot* dengan nilai prediksi dari variabel dependen yaitu ZPRED dan nilai residualnya yaitu SPEISID. Apabila terdapat pola tertentu seperti ada titik – titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, lalu menyempit) maka ini berarti terdapat heteroskedastisitas. Namun apabila tidak terdapat pola yang jelas dan ada titik – titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka ini berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) menjelaskan bahwa uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu cara untuk menguji ada tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW-test). Nilai D – W yang dihasilkan harus diantara -2 sampai 2, karena ini berarti tidak terdapat masalah autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menjelaskan pola hubungan dua variabel atau lebih dan untuk memprediksi kondisi dimasa mendatang. Persamaan dari analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 CR + \beta_3 Size + \beta_4 SG + e$$

Keterangan:

NP : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β	: Koefisien Regresi
ROA	: Profitabilitas
CR	: Likuiditas
Size	: Ukuran Perusahaan
SG	: <i>Sales Growth</i>
e	: Nilai Residu

Uji Hipotesis

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dengan menggunakan statistik F (uji F) atau uji koefisien regresi secara serentak (Ghozali, 2011). Model uji kelayakan F dapat diukur dari nilai statistik F yang menunjukkan apakah seluruh variabel yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama - sama terhadap variabel dependen. Apabila hasil dari nilai signifikan $< 0,05$ menunjukkan bahwa model ini layak digunakan pada penelitian. Tapi jika hasil dari nilai signifikan $> 0,05$ menunjukkan bahwa model ini tidak layak digunakan pada penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menggambarkan variasi variabel independen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2016). Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen lalu sisanya merupakan pengaruh dari variabel independen (X) yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Jika R^2 mendekati angka 1, ini berarti variabel independen berpengaruh kuat terhadap variabel dependen.

Uji Statistik t

Uji statistik t pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Jika hasil tingkat signifikansi $< 0,05$ ini berarti variabel independen berpengaruh signifikan. Sedangkan jika hasil tingkat signifikansi $> 0,05$ ini berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menjelaskan gambaran terkait variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu Profitabilitas (ROA), Likuiditas (CR), Ukuran Perusahaan (*Size*), dan *Sales Growth* (SG) sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan (PBV) sebagai variabel dependen. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan nilai dari rata - rata (*mean*), maksimum, minimum, total, *range*, dan standar deviasi dari setiap variabel. Total data yang digunakan dalam penelitian sebanyak 65 data dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil pengujian data dari analisis deskriptif yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
PBV	65	.85	40.56	4.7143	7.14661
ROA	65	-.24	.92	.0854	.13625
CR	65	.38	8.74	3.0904	2.13058
SIZE	65	20.56	30.88	27.7506	3.09429
SG	65	-.47	13.16	.3459	1.63900
Valid N (listwise)	65				

Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan hasil dari pengujian data seperti yang terlihat pada tabel di atas terdapat sebanyak 65 data sampel dari perusahaan bidang kesehatan selama periode 5 tahun (2017 – 2021) dan dijelaskan sebagai berikut: (1) Pada tabel di atas *descriptive statistic* untuk variabel Nilai Perusahaan (PBV) tahun 2017 – 2021 menunjukkan nilai minimum sebesar 0,85. Nilai maksimum sebesar 40,56. Nilai rata rata (*mean*) sebesar 4,7143. Standar deviasi sebesar 7,14661. (2) Pada tabel di atas *descriptive statistic* untuk variabel Profitabilitas (ROA) tahun 2017 – 2021 menunjukkan nilai minimum sebesar -0,24. Nilai maksimum sebesar 0,92. Nilai rata rata (*mean*) sebesar 0,0854. Standar deviasi sebesar 0,13625. (3) Pada tabel di atas *descriptive statistic* untuk variabel Likuiditas (CR) tahun 2017 – 2021 menunjukkan nilai minimum sebesar 0,38. Nilai maksimum sebesar 8,74. Nilai rata rata (*mean*) sebesar 3,0904. Standar deviasi sebesar 2,13058. (4) Pada tabel di atas *descriptive statistic* untuk variabel Ukuran Perusahaan (SIZE) tahun 2017 – 2021 menunjukkan nilai minimum sebesar 20,56. Nilai maksimum sebesar 30,88. Nilai rata rata (*mean*) sebesar 27,7506. Standar deviasi sebesar 3,09429. (5) Pada tabel di atas *descriptive statistic* untuk variabel Sales Growth (SG) tahun 2017 – 2021 menunjukkan nilai minimum sebesar -0,47. Nilai maksimum sebesar 13,16. Nilai rata rata (*mean*) sebesar 0,3459. Standar deviasi sebesar 1,63900.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi telah memiliki distribusi yang normal. Pada penelitian ini uji normalitas dapat dilihat dari uji *Kolmogorov – Smirnov* dan Analisis Grafik *Normal Probability Plot (P-P Plot)*. Pada uji *Kolmogorov – Smirnov* yaitu dengan melihat nilai *Asym. Sig. (2 - Tailed)*, jika lebih besar dari 5% (0,05) maka dapat dikatakan data memiliki distribusi yang normal. Sedangkan kriteria untuk grafik *P-P Plot* adalah jika titik – titik pada grafik ini telah menyebar kearah garis diagonal maka dapat dikatakan model regresi tersebut berdistribusi normal.

Nilai dari *Asym. Sig. (2 - Tailed)* dari *Kolmogorov – Smirnov* pada penelitian ini adalah sebesar 0,00 yang berarti $< 0,05$ dan gambar dari *P-P Plot* menunjukkan bahwa titik – titik tidak menyebar kearah garis diagonal. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji *Kolmogorov – Smirnov* dan grafik *P-P Plot* belum berdistribusi normal hal ini disebabkan karena terdapat data yang memiliki nilai ekstrim (data nomor 6, 7, 9, dan 10). Karena data penelitian tersebut belum memiliki distribusi yang normal maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji *outlier*. Uji *outlier* dilakukan dengan menghilangkan data – data yang bernilai ekstrim tersebut. Menurut Ghazali (2018) menjelaskan data *outlier* merupakan data yang memiliki karakteristik yang berbeda jauh dari observasi – observasi lainnya dan muncul dengan bentuk nilai yang ekstrim.

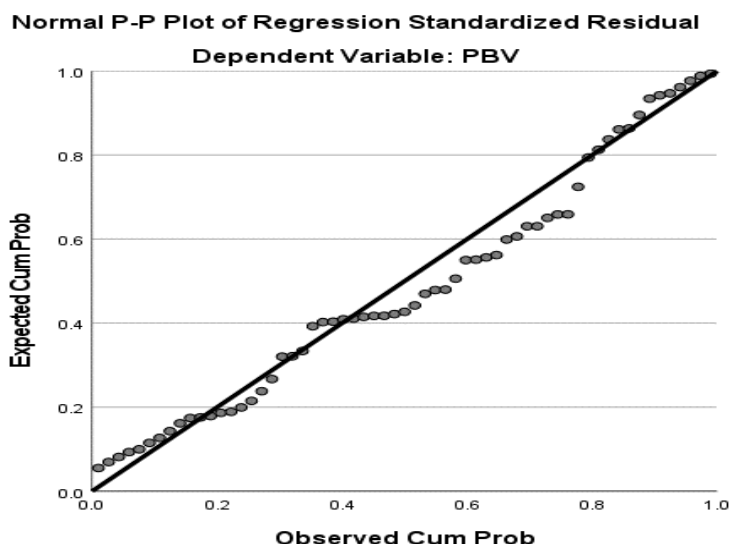
Hasil dari uji *Kolmogorov - Smirnov* dan grafik *P-P Plot* setelah dilakukan uji *outlier* dapat dilihat pada tabel 2 dan gambar 2 dibawah ini:

Tabel 2
Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov Setelah Outlier
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		59	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.1499774	
	Std. Deviation	1.61935409	
Most Extreme Differences	Absolute	.084	
	Positive	.084	
	Negative	-.057	
Test Statistic		.084	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.377	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.364
		Upper Bound	.389

Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov - Smirnov* dapat diketahui hasil dari nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2 - Tailed)* sebesar 0,2. Ini berarti bahwa nilai signifikansi $0,2 > 0,05$ yang berarti bahwa data tersebut sudah memiliki distribusi yang normal dan telah memenuhi asumsi dari normalitas. Selanjutnya adalah hasil dari Analisis Grafik *Normal Probability Plot (P-P Plot)* adalah sebagai berikut:



Gambar 2
Grafik Probability Plot
 Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan pada grafik *Probability Plot* di atas dapat dilihat bahwa data pada penelitian ini memiliki distribusi yang normal karena data menyebar mengikuti arah garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi diantara variabel independen (bebas). Karena model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat masalah multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*) dan uji *Tolerance* (nilai toleransi). Ketentuan adalah jika hasil dari VIF < 10 atau nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka ini berarti tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi. Hasil dari uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
ROA	.821	1.218
CR	.855	1.170
SIZE	.891	1.122
SG	.964	1.037

Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai dari *tolerance* adalah sebesar $< 0,1$ yang berarti tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen. Sedangkan pada nilai VIF juga terdapat hasil yang sama yaitu VIF < 10 , yang berarti tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini model regresi layak digunakan karena tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terdapat korelasi antarkesalahan variabel pengganggu (residual) pada periode tertentu dengan kesalahan pada periode sebelumnya. Pada penelitian ini untuk menguji apakah ada atau tidaknya korelasi dalam model regresi dapat menggunakan uji *Durbin - Watson* (Uji DW). Kriteria dari Uji DW ini adalah jika nilai *Durbin - Watson* antara -2 sampai 2 maka ini berarti tidak terjadi autokorelasi pada suatu model regresi. Hasil uji autokorelasi terdapat dalam tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

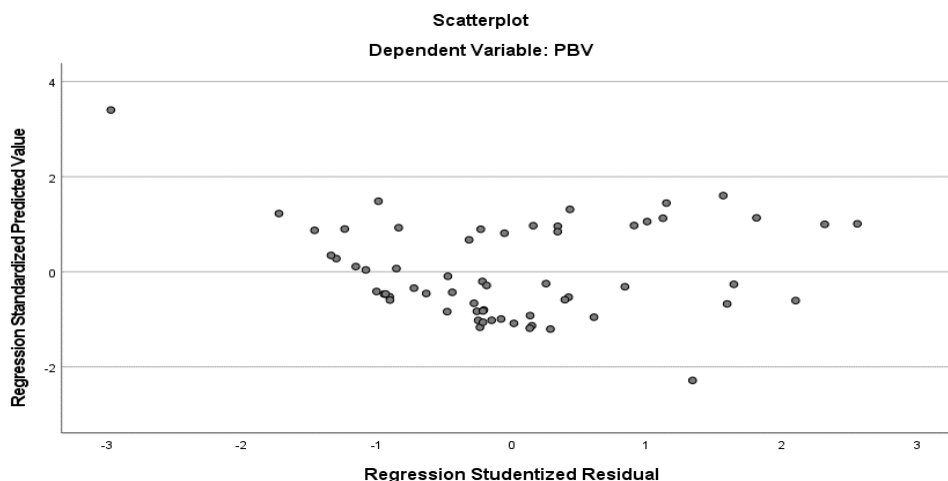
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.484 ^a	.234	.179	1.85484	1.047

Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai uji *Durbin - Watson* sebesar 1,047 (berada diantara -2 sampai 2), yang artinya nilai sesuai dengan kriteria uji DW yang menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan dan tidak terdapat masalah autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk pengamatan dalam sebuah modal regresi linier berganda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika hasil pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya berbeda, maka disebut dengan heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat melalui gambar berikut:



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*)
Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan dari grafik di atas dapat diketahui pada gambar grafik tersebut tidak membentuk sebuah pola tertentu, yang artinya bahwa model regresi dari penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.

Adapun cara kedua untuk menguji masalah heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* sendiri dilakukan dengan cara meregresi variabel independen dengan absolut residual yang digunakan sebagai variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi > 0,05 maka berarti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji *Glejser*)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-2.804	2.837		-.988	.327
ROA	4.168	2.444	.237	1.705	.094
CR	.147	.154	.130	.951	.346
SIZE	.134	.101	.176	1.323	.191
SG	-.220	.184	-.153	-1.196	.237

Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa hasil dari nilai signifikansi rata - rata adalah lebih dari 0,05, jadi hal ini berarti dalam model regresi pada penelitian ini layak digunakan dan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 CR + \beta_3 Size + \beta_4 SG + e$$

Dimana:

NP	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
β	: Koefisien Regresi
ROA	: Profitabilitas
CR	: Likuiditas
Size	: Ukuran Perusahaan
SG	: <i>Sales Growth</i>
e	: Nilai Residu

Hasil dari analisis regresi linier berganda terdapat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.989	2.224		-.894	.375
ROA	5.593	1.916	.377	2.920	.005
CR	.188	.121	.197	1.558	.125
SIZE	.144	.079	.224	1.808	.076
SG	-.067	.144	-.056	-.466	.643

Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan hasil dari tabel di atas, hasil uji persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$NP = -1,989 + 5,593 ROA + 0,188 CR + 0,144 Size - 0,067 SG + e$$

Penjelasan dari persamaan tersebut adalah: (1) Konstanta sebesar -1,989 yang berarti jika profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *sales growth* memiliki nilai 0 maka nilai perusahaan juga memiliki nilai -1,989. (2) Koefisien regresi dari profitabilitas (ROA) sebesar 5,593 yang menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) memiliki hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Jadi semakin tinggi profitabilitas (ROA) suatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. (3) Koefisien regresi dari likuiditas (CR) sebesar 0,188 yang menunjukkan bahwa likuiditas (CR) memiliki hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Jadi semakin tinggi likuiditas (CR) suatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. (4) Koefisien regresi dari ukuran perusahaan (SIZE) sebesar

0,144 yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) memiliki hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Jadi semakin tinggi ukuran perusahaan (SIZE) suatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. (5) Koefisien regresi dari *sales growth* (SG) sebesar -0,067 yang menunjukkan bahwa *sales growth* (SG) memiliki hubungan yang negatif terhadap nilai perusahaan. Jadi hal yang terjadi adalah jika *sales growth* (SG) mengalami peningkatan maka sebaliknya nilai perusahaan akan semakin mengalami penurunan.

Uji Kelayakan Model

Uji Kelayakan (Uji F)

Uji kelayakan model atau biasa disebut Uji F digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh signifikansi antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Ketentuan yang digunakan adalah jika nilai signifikansi < 0,05 menunjukkan bahwa model ini layak digunakan pada penelitian. Berikut adalah hasil dari Uji F pada penelitian ini:

Tabel 7
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.880	4	14.720	4.279	.004 ^b
	Residual	192.664	56	3.440		
	Total	251.543	60			

Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai dari F hitung adalah sebesar 4,279 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,04 < 0,05 yang dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak untuk diteliti.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menggambarkan variasi variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Hasil dari uji R² pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 ^a	.234	.179	1.85484

Sumber: Data Sekunder Diolah 2023

Berdasarkan hasil dari tabel di atas nilai dari R² adalah sebesar 0,234 yang berarti bahwa 23,4% variabel Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh Variabel Profitabilitas (ROA), Likuiditas (CR), Ukuran Perusahaan (SIZE), dan *Sales Growth* (SGrowth) lalu untuk sisanya sebesar 76,6% dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti variabel lain diluar dari penelitian ini.

Uji Statistik (Uji t)

Uji statistik (Uji t) digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Ketentuan dari Uji t sendiri adalah jika hasil tingkat signifikansi < 0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima hal ini berarti dalam hipotesis tersebut

terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Tabel hasil dari uji t juga bisa dilihat pada tabel hasil analisis regresi linier pada tabel 6.

Berdasarkan hasil dari tabel 6 tersebut dapat dijelaskan bahwa: (1) Nilai koefisien regresi Profitabilitas (ROA) = 5,593 dengan nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ maka H_1 diterima yang artinya Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. (2) Nilai koefisien regresi variabel Likuiditas (CR) = 0,188 dengan nilai signifikansi sebesar $0,125 > 0,05$. Maka H_2 ditolak yang artinya Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. (3) Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan (SIZE) = 0,144 dengan nilai signifikansi sebesar $0,076 > 0,05$. Maka H_3 ditolak yang artinya Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. (4) Nilai koefisien regresi variabel *Sales Growth* (SG) adalah sebesar -0,067 dengan nilai signifikansi sebesar $0,643 > 0,05$. Maka H_4 ditolak yang artinya *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas diproyeksikan dengan *Return On Assets* (ROA) memperoleh hasil koefisien regresi sebesar 5,593 dan nilai t hitung sebesar 2,920 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,005 < 0,05$) yang dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hal ini berarti jika profitabilitas dari suatu perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Begitupun sebaliknya jika profitabilitas perusahaan mengalami penurunan maka nilai perusahaan juga akan menurun. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang selalu berusaha mengoptimalkan kinerja yang baik sehingga laba yang diperoleh tiap tahunnya juga akan mengalami peningkatan. Semakin meningkat nilai ROA maka hal ini mencerminkan perusahaan mampu memanfaatkan asetnya dalam memperoleh laba. Tingkat laba yang tinggi juga mengakibatkan kemakmuran bagi para pemegang saham dan dapat menarik minat investor untuk menanamkan saham pada perusahaan.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya dan Triyonowati (2019), Defni dan Rahayu (2021), Cahyani dan Rahayu (2022), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas diproyeksikan dengan *Current Ratio* (CR) memperoleh hasil koefisien regresi 0,188 dan nilai t hitung sebesar 1,558 serta nilai signifikansi sebesar 0,125 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,125 > 0,05$) yang dapat disimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sawir (2009) menyatakan bahwa nilai *current ratio* yang rendah dianggap dapat menunjukkan terjadinya masalah dalam hal likuiditasnya, namun hal ini juga berlaku sebaliknya saat *current ratio* yang terlalu tinggi maka hal tersebut juga dianggap kurang bagus karena menunjukkan banyak aset lancar perusahaan yang menganggur dan menyebabkan kurangnya kemampuan menghasilkan laba perusahaan.

Tinggi rendahnya likuiditas yang diproyeksikan dengan *current ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini hanya menunjukkan terdapat masalah kapabilitas pada perusahaan dalam melunasi hutang namun bukan berarti nilai perusahaan juga akan menurun. Tingginya *current ratio* pun juga bisa berarti bahwa terlalu banyak aset perusahaan yang menganggur sehingga perputaran aset untuk menghasilkan laba perusahaan juga masih belum maksimal.

Selain itu *current ratio* juga tidak menjadi faktor utama investor mengambil keputusan untuk berinvestasi, contoh faktor lain yang pasti akan dilihat oleh investor dalam mengambil keputusan adalah profitabilitas. Karena profitabilitas menggambarkan bagaimana perusahaan mampu untuk menghasilkan laba dan memakmurkan para pemegang saham.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Trihatmoko dan Suryono (2020), Ruliandra dan Ardini (2023) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural (SIZE) memperoleh hasil koefisien regresi sebesar 0,144 dan t hitung sebesar 1,808 serta nilai signifikansi sebesar 0.076 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,076 > 0,05$) yang dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Karena ukuran perusahaan yang besar jika tidak dijalankan dengan kinerja yang baik tidak akan bisa memperoleh tingkat laba yang tinggi sehingga para investor juga tidak akan tertarik untuk menanam saham pada perusahaan karena para investor cenderung lebih tertarik dengan tingkat kinerja yang baik pada perusahaan sehingga laba yang dihasilkan juga akan tinggi tanpa memperhatikan skala besar atau kecil dari perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Kurnia (2017), Aliyah dan Hermanto (2020), Aini dan Priyadi (2022), yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan

Sales Growth yang diproyeksikan dengan pertumbuhan penjualan (SG) diukur menggunakan pengurangan antara jumlah penjualan periode tahun berjalan dengan penjualan periode tahun sebelumnya lalu dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. SG memperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0,067 dan nilai t hitung sebesar -0,466 dengan nilai signifikansi sebesar 0,643 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,643 > 0,05$) yang dapat disimpulkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Jadi setiap kenaikan penjualan perusahaan dinilai dari pendapatan perusahaan yang masih belum dikurangi dengan biaya - biaya lain. Hal lain yang menjadi alasan mengapa keberadaan *sales growth* tidak berpengaruh atau tidak menjadi perhatian dari investor adalah bisa jadi karena investor tersebut merupakan salah satu investor yang hanya fokus terhadap laba jangka pendek yang diperoleh dari hasil selisih antara harga jual saham dengan harga beli saham (*capital gain*) dan sebab selanjutnya adalah karena terdapat variabel lain yang menjadi indikator dari dasar nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Defni dan Rahayu (2021), Manggale dan Widyawati (2021) yang menjelaskan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian yang dilakukan ini membuktikan secara empiris terkait pengaruh antara variabel independen yang meliputi profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan *sales growth* terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Variabel Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya hipotesis 1 pada penelitian ini diterima. (2) Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya hipotesis 2 pada penelitian ini ditolak. (3) Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan,

artinya hipotesis 3 pada penelitian ini ditolak. (4) *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya hipotesis 4 pada penelitian ini ditolak.

Keterbatasan

Keterbatasan dari penelitian ini adalah (1) Terdapat beberapa laporan keuangan yang datanya masih kurang lengkap sehingga terdapat keterbatasan untuk mengakses data keuangan perusahaan. (2) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas karena terdapat sejumlah variabel lain yang masih belum digunakan pada penelitian. Hal ini dapat dilihat pada uji koefisien determinasi yang menjelaskan bahwa variabel independen (Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan *Sales Growth*) yang digunakan dalam penelitian ini hanya berpengaruh sebesar 23,4% terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan). Sehingga sebesar 76,6% pengaruh terhadap Nilai Perusahaan dihasilkan dari variabel independen lain diluar dari penelitian ini.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disampaikan adalah: (1) Bagi para peneliti selanjutnya bisa menambah atau menggunakan variabel independent lain dalam mempengaruhi variabel dependen yang belum digunakan peneliti agar dapat dijadikan bahan referensi dari penelitian selanjutnya. (2) Bagi peneliti selanjutnya bisa memperluas ruang lingkup penelitian dengan menggunakan objek perusahaan dengan sektor dan bisa menambah jumlah sampel penelitian serta tahun pengamatan penelitian. (3) Bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan metode rasio keuangan yang lainnya pada variabel independent dan variabel dependen yang belum digunakan dalam penelitian ini sehingga bisa menambah wawasan dan dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N. A. M. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Aini, E. N. dan M. P. Priyadi. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverage* di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (11)10.
- Aliyah, B. J. dan S. B. Hermanto. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (9)11.
- Amalia, F. A. dan B. Suryono. 2022. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (11)11.
- Anggara, R. 2019. Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Sultan Arba Tour and Tavel Medan. *Skripsi*. Universitas Dharmawangsa.
- Arifianto, M. dan M. Chabachib. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan yang terdaftar pada Indeks LQ-45 Periode 2011 – 2014). *Diponegoro Journal of Management* (5)1: 1-12.
- Cahya, A. T. dan Triyonowati. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perkebunan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (8)9.
- Cahyani, S. I. dan Y. Rahayu. 2022. Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (11)1.
- Defni, W. S. dan Y. Rahayu. 2021. Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (10)4.

- Dewi, I. A. P. T. dan I. K. Sujana. 2019. Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 26(1): 85-110.
- Elisa, S. N. dan L. Amanah. 2021. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (10)7.
- Eminingtyas, R. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, *Leverage*, *Sales Growth* dan *Operating Capacity* terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan Manufaktur (Terdaftar di BEI). *Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya*.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IDM SPSS 21 Update PLS*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IDM SPSS 21 Update PLS*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harahap. 2011. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Herawati, L. N. A 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar dalam Indeks LQ45. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Hermuningsih. 2013. Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Bulletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*.
- Manggale, N. dan D. Widyawati. 2021. Pengaruh *Return on Equity*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (10)1.
- Moeljadi. 2006. *Manajemen Keuangan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Bayu Media Publishing. Malang.
- Nastiti, N. N. dan Sapari. 2022. Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (11)7.
- Nugraha, M. K. dan Kurnia. 2017. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (6)1.
- Pratama, I. G. B. A. dan I. G. B. Wiksuana. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud* (5)2. 1338-1367.
- Ramadhan, A. F. dan D. Widyawati. 2021. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (10)10.
- Riadi, M. 2020. Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria, dan Indikator). <https://www.kajianpustaka.com/2020/04/ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator.html>. Maret 2023 (08:12).
- Ruliandra, N. A. dan L. Ardini. 2023. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (12)1.
- Santoso, B. A. dan I. Junaeni. 2022. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi* (6)2. 1597-1609.
- Sawir dan Agnes. 2009. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan keauangan Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Sudiyatno, B. 2010. Peran Kinerja Perusahaan dalam Menentukan Pengaruh Faktor Fundamental Makroekonomi, Risiko Sistematis, dan Kebijakan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Disertasi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sulistiyawan, A. dan I. B. Riharjo. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (11)6.
- Trihatmoko, M. A. dan B. Suryono. 2020. Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* (9)11.