

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, SALES GROWTH, RETURN ON ASSET DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

FAUZIA IZZANI NUR LAILY

fauziaizzaninrly@gmail.com

Kurnia

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect to Firm Size which was referred to as Total Asset (SIZE), Sales growth which was referred to as GROWTH, Return On Asset which was referred to as (ROA), and Leverage which was referred to as Debt to Equity Ratio (DER) on firm value of Food and Beverages companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2018-2021. The research was quantitative. Moreover, the population was all Food and Beverages companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2018-2021. The data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on the criteria given. In line with that, there were 17 companies as the sample. In total, there were 68 data samples. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution). The result concluded that firm size did not affect firm value. Likewise, Sales Growth did not affect firm value. However, Return On Asset had a positive effect on firm value. Similarly, Leverage had a positive effect on the firm value of Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2018-2021.

Keywords: firm size, sales growth, return on asset, leverage, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan yang diprosikan dengan total aset (SIZE), Sales growth yang diprosikan dengan (GROWTH), Return on asset diprosikan dengan (ROA), dan Leverage diprosi menggunakan Debt Equity Rasio (DER) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2021. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling dan berdasarkan kriteria-kriteria yang ditentukan oleh peneliti, sehingga diperoleh sebanyak 17 perusahaan dengan jumlah data sebanyak 68 data penelitian yang dilakukan pengujian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu aplikasi Statistical Product and Service Solution (SPSS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, Sales Growth tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil Return On Asset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2021.

Kata Kunci: ukuran perusahaan, sales growth, return on asset, leverage, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan di dunia bisnis yang semakin maju dimasa kini telah memunculkan ide-ide kreatif dan inovasi baru yang dapat menarik masyarakat untuk meningkatkan perekonomian di suatu negara. Salah satu bidang bisnis yang sedang banyak diminati saat ini adalah bidang makanan dan minuman yang biasa disebut sebagai perusahaan Food and Beverage. Hal ini dikarenakan makanan dan minuman tersebut menjadi suatu kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Food and Beverage yang luas kini membuat munculnya persaingan antara satu dengan yang lainnya mulai dari perusahaan yang kecil hingga menjadi

perusahaan *go public*.

Persaingan dalam industri *food and beverage* di era globalisasi ini membuat setiap pesaing bisnis semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan kinerjanya baik dari segi cita rasa, enak, bergizi dan berkualitas tinggi. Hal ini tentu memiliki tujuan dimana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi agar lebih mudah untuk mencapai nilai perusahaan yang maksimal.

Tolak ukur berhasilnya suatu perusahaan dapat diukur dari prospek perusahaan yang baik yaitu nilai perusahaan. Nilai perusahaan berperan penting untuk mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan investor. Apabila kinerja perusahaan baik maka investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya. Namun apabila kinerja perusahaan dinilai buruk maka investor juga akan menilai perusahaan tersebut dengan nilai rendah bahkan enggan untuk menanamkan modalnya.

Nilai perusahaan dalam penelitian Hermuningsih (2013:32) ini diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai proksi dari nilai perusahaan. PBV merupakan rasio dalam menghitung nilai suatu perusahaan yang menjelaskan variasi harga per lembar saham dibandingkan nilai buku per saham. PBV juga mencerminkan tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dalam menjalankan perusahaan, mengelola sumber daya yang tercermin pada harga saham diakhir tahun. *Price to Book Value* (PBV) juga digunakan untuk melihat berapa besar tingkat *undervalued* maupun *overvalued* harga saham yang dihitung berdasarkan nilai buku setelah dibandingkan dengan harga pasar. Semakin tinggi *rasio price book value* ini maka akan berpengaruh terhadap saham dari perusahaan yang bersangkutan. Karena semakin tinggi rasio maka semakin berhasil perusahaan menghasilkan nilai (*return*) bagi pemegang saham dan semakin besar rasio PBV nya sehingga perusahaan dapat dikatakan berhasil dalam mewujudkan nilai dan kemakmuran para pemegang saham (Brigham dan Houston, 2011).

Menurut Husnan (2012) (dalam Widyantari dan Yadnya, 2017:6386) menyatakan bahwa keputusan-keputusan keuangan yang diambil manajer keuangan dimaksud untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan, hal ini ditunjukkan oleh meningkatnya nilai perusahaan. Penggunaan PBV memiliki keuntungan yaitu: (1) Menghasilkan nilai yang relatif stabil dan dapat di bandingkan dengan harga pasar; (2) Memberikan standart akuntansi yang konsisten pada seluruh perusahaan; (3) Perusahaan yang tidak dapat diukur dengan PER karena pendapatan karena pendapatan negatif, sehingga dapat dievaluasi menggunakan PBV. Dengan begitu perusahaan tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini tetapi juga sebagai gambaran prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Terdapat beberapa faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan seperti ukuran perusahaan, *sales growth*, *return on asset*, dan *leverage*. Faktor yang pertama adalah ukuran perusahaan dimana dapat mencerminkan besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset perusahaan, maka menunjukkan nilai perusahaan yang baik juga. Perusahaan yang besar lebih mudah mendapatkan akses ke pasar modal untuk memperoleh pendanaan. Sedangkan perusahaan yang kecil atau masih pada tahap merintis akan mengalami banyak kesulitan dalam akses ke pasar modal. Sehingga dapat diartikan bahwa perusahaan besar memiliki tingkat fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana dengan lebih mudah. Penelitian ini menggunakan total aset sebagai proksi dari *size* atau ukuran perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, *Return On Asset* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

TINJAUANTEORITIS

Agency Theory

Menurut Anthoni dan Govindarajan (dalam Siagian dan Tresnaningsih, 2011) adalah hubungan atau kontak antara *principal* dan *agent*. Selaras dengan pandangan menurut Harmono (2011: 3) dimana teori ini menjelaskan kesenjangan antara manajemen sebagai *agent*

dan para pemegang saham sebagai principal atau peendelegator. Kondisi informasi yang tidak lengkap dan penuh ketidakpastian juga dapat memunculkan masalah keagenan. Maka dari itu, adanya *agency theory* bertujuan dalam pemisahan fungsi antara pemilik dan pengelola.

Signaling Theory

Menurut Paradila *et al.*, (2019) adalah informasi yang dibutuhkan para investor untuk menanamkan modalnya di suatu perusahaan, sehingga hal tersebut mendorong perusahaan untuk memberi informasi berupa laporan keuangan secara transparan kepada pihak eksternal. Fungsi dari teori ini adalah memberi kemudahan untuk mengembangkan modal bagi investor dalam menentukan prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017: 5) nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah ditentukan dan dicapai oleh perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun yang terjadi sejak awal berdirinya perusahaan hingga saat ini. Nilai perusahaan juga dinilai sebagai cerminan dari tingkat keberhasilan perusahaan yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Salah satu tujuan yang dimiliki perusahaan yaitu untuk mencapai tingkat kemakmuran pemilik perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan *signaling theory* yang menunjukkan apabila perusahaan yang memiliki prospek yang baik akan menunjukkan berupa sinyal positif sehingga dapat menarik investor dalam berinvestasi. Nilai perusahaan juga dinilai sebagai cerminan dari tingkat keberhasilan perusahaan dan seringkali dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula tingkat nilai perusahaan. Salah satu tujuan yang dimiliki perusahaan yaitu untuk mencapai tingkat kemakmuran pemilik perusahaan. Sehingga dapat dinyatakan apabila nilai perusahaan kecil maka semakin rendah tingkat kemakmuran pemilik perusahaan. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah kekayaan atau suatu aset yang dimiliki perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya total aset perusahaan dalam periode tertentu. Apabila semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan umumnya dibagi menjadi 3 kategori yaitu *large firm*, *medium firm*, dan *small firm*. Ukuran perusahaan yang besar dinilai dapat mengalami pertumbuhan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar dinilai dapat mengalami pertumbuhan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang baik dapat dilihat dari total aset yang lebih besar dari total hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan demikian dapat menarik perhatian investor untuk berinvestasi kepada perusahaan. Ukuran perusahaan diukur menggunakan *Natural logarithm asset* yang dimiliki oleh perusahaan (Guire *et al.*, 2011). Tingkat kepercayaan investor dapat diukur melalui ukuran perusahaan. Semakin besar perusahaan, maka semakin di kenal oleh masyarakat maksudnya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva yang tinggi akan membuat para investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Sales growth

Menurut Kesuma (2009) (dalam Hansen dan Juniarti, 2014) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau setiap periode yang berbeda. Penjualan juga memiliki pengaruh yang tinggi bagi perusahaan, karena

penjualan di dukung dengan harta dan aset. Pada sebagian besar perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan tinggi membutuhkan banyak investasi pada aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Selain itu pertumbuhan yang meningkat memungkinkan perusahaan akan lebih dapat meningkatkan kapasitas operasi perusahaan. Sebaliknya bila pertumbuhan menurun perusahaan akan menemui kendala dalam meningkatkan kapasitas operasinya. Hal ini juga mempengaruhi pendapatan yang dimiliki perusahaan, jika pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga deviden cenderung meningkat.

Return On Asset

Return On Asset adalah rasio yang digunakan oleh perusahaan untuk menilai kemampuan totalitas perusahaan dalam menghasilkan laba secara utuh. ROA juga digunakan untuk melihat tingkat efisiensi operasi perusahaan secara keseluruhan. Oleh sebab itu rasio ini menunjukkan seberapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan jika diukur dari nilai asetnya. Semakin tinggi *return on asset* perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan.

Semakin tinggi *Return On Asset* perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan. Demikian hal ini perlu dipertimbangkan oleh investor dalam berinvestasi saham, karena *Return On Asset* berperan sebagai indikator bagi perusahaan dalam menggunakan aset untuk memperoleh laba Husaini (dalam Kholis *et al.*, 2018). *Return On Asset* dapat diukur melalui laba bersih setelah pajak perusahaan dibagi dengan total aset (Husna dan Satria, 2019).

Leverage

Leverage merupakan faktor penting dalam struktur pendanaan yang menunjukkan bukti atas kualitas layanan kewajiban perusahaan. Menurut Sartono (2009) *leverage* menunjukkan penggunaan utang untuk membiayai investasi. Dalam penggunaan utang sebagai sumber dana operasi, secara tidak langsung menunjukkan adanya risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Rasio *leverage* ini sama dengan rasio solvabilitas, sebagaimana solvabilitas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam pembayaran kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Rasio *leverage* atau solvabilitas juga merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya dalam jangka panjang.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari seberapa banyak total aset atau aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Total aktiva yang besar menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kinerja operasional baik sehingga dapat meningkatkan ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang baik dan relatif stabil lebih mampu untuk menghasilkan laba jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki total aktiva yang kecil. Ukuran perusahaan yang semakin besar meningkatkan kecenderungan para investor untuk menaruh perhatian kepada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil (Riyanto, 2001: 313). Demikian penelitian yang dilakukan oleh Dewantari *et al.* (2019) yang dikemukakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Suwardika dan Mustanda (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *sales growth* adalah suatu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjaga posisi ekonominya ditengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Perusahaan yang relatif stabil lebih aman, karena lebih mudah mendapatkan banyak pinjaman dan menanggung beban tetap dan tidak mengalami peningkatan. Hal dikarenakan kebutuhan dana yang digunakan untuk pembiayaan pertumbuhan penjualan semakin besar. Demikian penelitian yang dilakukan oleh Dolontelide dan Wangkar (2019) yang dikemukakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂ : *Sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan

Return on asset merupakan suatu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan aset yang dimiliki. Semakin tinggi *return on asset* maka semakin baik pula keadaan suatu perusahaan (Kasmir, 2014). ROA yang positif menunjukkan bahwa total aset yang digunakan untuk operasional perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Pendapatan perusahaan yang tinggi memberikan sinyal positif sehingga dapat menarik para investor untuk meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat menyebabkan laba perusahaan meningkat (Halimah dan Komariah, 2017). Teori ini didukung oleh penelitian Zurriah (2021) yang menunjukkan bahwa *return on asset* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃ : *Return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan rasio yang digunakan sebagai gambaran suatu perusahaan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang. Jika suatu perusahaan menggunakan pendanaan hutang untuk kepentingan perusahaan maka akan memberikan dampak yang bagus terhadap perkembangan perusahaan yang nantinya mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. *Leverage* menurut Hery (2017) (dalam Santoso dan Junaeni, 2022) menyatakan bahwa *leverage* atau asio utang terhadap modal merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya asumsi utang terhadap modal. Teori ini didukung oleh penelitian Cahyati (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₄ : *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini berupa angka-angka dan analisis yang nantinya akan digunakan untuk pengambilan keputusan dengan sumber data laporan tahunan (*annual report*). Jenis data yang akan dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan (*annual reports*) dari perusahaan manufaktur *Food and Beverage* yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2018 sampai tahun 2021.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang menggunakan beberapa kriteria yang telah peneliti tentukan. Berikut ini kriteria yang ditentukan oleh peneliti untuk menentukan sampel yang digunakan: (1) Perusahaan *Food and Beversge* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). (2) Perusahaan *Food and Beverage* yang memiliki data perusahaan yang lengkap berupa annual report dengan menggunakan mata uang rupiah selama periode 2018-2021. (3) Perusahaan *Food and Beversge*

yang tidak mengalami lama selama periode 2018-2021.

Sumber Data

Jenis data yang akan dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan tahunan (*annual reports*) dari perusahaan *Food and Beverage* yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini, data diambil dari kantor Galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan dokumentasi. Dokumentasi yang dilakukannya itu mengumpulkan data keuangan perusahaan *Food and Beverage* periode 2018-2021.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel penelitian adalah suatu atribut seseorang atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Sedangkan variabel *independent* (bebas) yang digunakan yaitu Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, *Return on Asset* dan *Leverage*.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah Pengukuran suatu nilai perusahaan dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV) dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan umumnya dibagi menjadi 3 kategori *large firm*, *medium firm* dan *small firm*. Rumus menghitung ukuran perusahaan yaitu sebagai berikut :

$$SIZE = Ln (\text{Total Aset})$$

Sales Growth

Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan tingkat penjualan tiap periode. Oleh karenanya perkembangan tersebut dapat meningkat dan menurun. Rumus menghitung pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut :

$$GROWTH = \frac{(\text{Penjualan Akhir Periode} - \text{Penjualan Awal Periode})}{\text{Penjualan Awal Periode}}$$

Return On Asset

Return On Asset digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki. Rumus menghitung *Return On Asset* adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dalam menggunakan utang untuk membiayai operasional perusahaan. *Leverage* juga menggambarkan hubungan antara total asset dengan modal saham biasa atau yang menunjukkan penggunaan utang untuk meningkatkan laba perusahaan. Rumus menghitung *Leverage* adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}}$$

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini untuk dapat menunjang pembahasan dan mengkonfirmasi teori serta data hasil yang ada, maka peneliti memerlukan adanya olah data statistik untuk menganalisis variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian dan peneliti mendapatkan gambaran umum objek penelitian yang diteliti.

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:35) analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel dependen, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yang terdiri dari nilai rata-rata, minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan menggunakan program *software* statistika yaitu SPSS versi 26.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk dapat menguji apakah data yang akan digunakan untuk uji hipotesis yaitu data dari variabel dependen dan independen yang digunakan telah berdistribusi secara normal ataukah tidak. Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov Z(1- Sample K-S) menurut (Ghozali, 2013) : (1) Jika nilai 1-sampel K-S dibawah tingkat signifikansi 0,05 maka pola berdistribusi tidak normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas. (2) Jika nilai 1-sampel K-S diatas tingkat signifikansi 0,05 maka pola berdistribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) untuk mendeteksi multikolinearitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai tolerance $\geq 0,10$ maka tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi dan dapat diartikan bahwa model regresi tersebut baik. Sedangkan, apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan nilai tolerance ≤ 10 maka terdapat masalah multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi dan dapat diartikan bahwa model regresi tersebut tidak baik.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Untuk mendekteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan melihat pola dalam grafik dengan dasar analisis

sebagai berikut : (1) Jika ada pola tertentu, dengan titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar lalu menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. (2) Jika tidak ada pola yang jelas, dengan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Apakah terdapat korelasi variabel pada model prediksi dengan perubahan waktu. Timbulnya autokorelasi dikarenakan adanya korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode t dan kesalahan pengganggu sebelumnya periode $t-1$. Uji *Durbin-watson* (DW) dilakukan dalam pengujian adanya autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah model statistika yang menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam suatu model persamaan. Analisis regresi linear berganda diterapkan agar dapat mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *sales growth*, *return on asset* dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Maka rumus yang akan digunakan dalam metode regresi linear berganda ini adalah sebagai berikut:

$$PBV = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 GROWTH + \beta_3 ROA + \beta_4 DER + e$$

Keterangan:

PBV : *Price Book Value*

α : Konstanta

β_{x1} : Koefisiensi regresi *Size*

β_{x2} : Koefisiensi regresi *Growth*

β_{x3} : Koefisiensi regresi *Return on Asset*

β_{x4} : Koefisiensi regresi *DER*

e : *Standar Error*

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen yaitu *good corporate governance* serta *intellectual capital* terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan, yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika koefisien determinasi sama dengan nol, maka dapat diartikan bahwa variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi sama dengan satu, maka dapat diartikan bahwa variabel independen berpengaruh 100% terhadap variabel dependen.

Uji F (Uji Kelayakan Model)

Uji kelayakan model F digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik F (uji F). Maka kriteria pengujian sebagai berikut: (1) $P \text{ value} < 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian. (2) $P \text{ value} > 0,05$ menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji variabel yang berpengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dari uji t pada penelitian ini yaitu : (1) Nilai signifikansi $t > 0,05$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. (2) Nilai signifikansi $t < 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa terdapat pengaruh

signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek yang digunakan adalah perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018 hingga tahun 2021. Perusahaan *Food and Beverage* merupakan salah satu sub sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman.

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk memperlihatkan bentuk gambaran informasi data dari variabel - variabel yang telah diuji dan dapat diamati dari minimum maximum serta mean (rata-rata). Dengan begitu hasil analisis deskriptif pada penelitian ini pada tabel berikut:

Tabel 1
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif
Descriptive Statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	68	27.34	34.53	29.3484	1.93623
GROWTH	68	-.46	.50	.0695	.17053
ROA	68	.00	.42	.0988	.07815
DER	68	.12	1.77	.6617	.42151
PBV	68	.32	28.87	4.0373	5.10418
Valid N (listwise)	68				

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Hasil dari analisis statistik deskriptif Tabel 1 sebagai berikut: (1) Variabel Ukuran Perusahaan (*SIZE*) memiliki nilai maksimum sebesar 34.53, nilai minimum sebesar 27.34, nilai mean sebesar 29.3484 dan standar deviasi sebesar 1.93623; (2) Variabel *Sales Growth* (*GROWTH*) memiliki nilai maksimum sebesar 0.50, nilai minimum sebesar -0.46, nilai mean sebesar 0.0695 dan standar deviasi sebesar 0.17053; (3) Variabel *Return on Asset* (*ROA*) memiliki nilai maksimum sebesar 0.42, nilai minimum sebesar 0.00, nilai mean sebesar 0.0988 dan standar deviasi sebesar 0.07815; (4) Variabel *Leverage* (*DER*) memiliki nilai maksimum sebesar 1.77, nilai minimum sebesar 0.12, nilai mean sebesar 0.6617 dan standar deviasi sebesar 0.42151; (5) Variabel Nilai Perusahaan (*PBV*) memiliki nilai maksimum sebesar 28.87, nilai minimum sebesar 0.32, nilai mean sebesar 4.0373 dan standar deviasi sebesar 5.10418.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

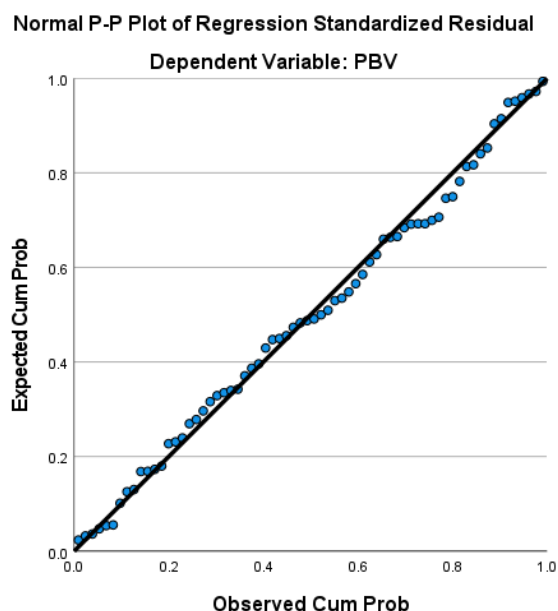
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ini memiliki distribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60690870
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.042
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^d

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Dari hasil tabel 2 di atas dijelaskan bahwa pada nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 < 0,05$ yang artinya data dikatakan layak untuk dipergunakan. Untuk memastikan bahwa data sudah terdistribusi dengan normal maka bisa dilihat dari hasil uji normalitas analisis grafik (Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual). Berikut merupakan hasil dari uji statistik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual :



Gambar 1
Grafik Normal Probability Plot
Sumber: Data hasil diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *Probability Plot* di atas, dapat diketahui bahwa grafik tersebut menunjukkan hasil *plotting* rapat, menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel telah memenuhi asumsi uji normalitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel terikat dan variabel bebas. Untuk mengetahui permasalahan yang terjadi yaitu dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Berikut hasil uji multikolinieritas setelah *transform* yang disajikan pada Tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SIZE	.981	1.020
	GROWTH	.986	1.014
	ROA	.992	1.008
	DER	.990	1.010

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui nilai *tolerance* variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, *sales growth*, *return on asset*, dan *leverage* memiliki nilai yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF nya lebih dari 10. Maka dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas diantara variabel independen atau data yang digunakan lolos uji multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah asumsi klasik heteroskedastisitas menyimpang selain itu tidak adanya ketidaksamaan variasi residual untuk semua pengamatan pada model regresi benar atau salah. Metode yang digunakan dalam melihat ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser. Menurut Ghozali (2016) dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas, yaitu jika tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 maka model akan lebih tahan terhadap heteroskedastisitas dan begitupula sebaliknya. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji glejser dapat dilihat pada table 4 berikut:

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	6.374	2.964		2.150	.035
	SIZE	-.169	.100	-.201	-1.699	.094
	GROWTH	-1.676	1.128	-.175	-1.485	.142
	ROA	4.826	2.455	.231	1.966	.054
	DER	.425	.456	.110	.934	.354

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikan setiap variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, *sales growth*, *return on asset*, dan *leverage* memiliki nilai lebih besar dari 0,05 atau 5% maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang digunakan tidak mengalami heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil output grafik *scatterplot* pada gambar 3, menunjukkan bahwa titik-titik telah terjadi penyebaran secara acak dibandingkan dengan grafik sebelum *transform*. Titik-titik juga telah menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimanfaatkan untuk menguji apabila menjumpai hubungan antara banyaknya kesalahan yang tumbuh pada data waktu yang beruntun. Model regresi yang bebas autokorelasi dapat dikategorikan model regresi yang baik. Uji *Durbin-watson* (DW) dilakukan dalam pengujian adanya autokorelasi. Berikut adalah yang mendasari pengambilan keputusan dari ada tidaknya autokorelasi apabila Nilai Dw antara -2 sampai dengan 2 tidak terjadi autokorelasi. Hasil uji Autokorelasi :

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.860 ^a	.739	.723	2.68839	2.053

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Pada tabel 5 diatas merupakan uji Durbin-Watson yang diolah dengan menggunakan program SPSS dengan hasil, Nilai Durbin-Watson sebesar 2,053 terletak diantara -2 hingga 2 sehingga sudah bebas dari kasus autokorelasi.

Uji Kelayakan Model

Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi yang digunakan yaitu untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*SIZE*), *sales growth* (*GROWTH*), *return on asset* (*ROA*) dan *leverage* (*DER*) terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (*PBV*). Berikut hasil uji analisis regresi linear berganda:

Tabel 6
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-1.932	5.095		-.379	.706
	SIZE	-.054	.171	-.020	-.314	.755
	GROWTH	-3.679	1.940	-.123	-1.897	.062
	ROA	50.144	4.220	.768	11.883	.000
	DER	4.304	.783	.355	5.496	.000

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 diatas, didapatkan persamaan model regresi linear berganda dan diuraikan sebagai berikut:

$$PBV = -1.932 - 0.054SIZE - 3.679GROWTH + 50.144ROA + 4.304DER + e$$

Berikut yang dapat dijabarkan dari persamaan regresi linier berganda diatas untuk membagikan informasi akan uji hipotesis tentang variabel independen beserta variabel dependen yang telah dilakukan. Ukuran Perusahaan (*SIZE*) yang memiliki nilai koefisien sebesar -0,054 yang menandakan hubungan kearah negatif, dengan nilai signifikansi 0,755 yang berarti lebih dari 0,05. Bahwa apabila Ukuran Perusahaan mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Hal ini memiliki dampak yang negatif terhadap nilai perusahaan. *Sales Growth* (*GROWTH*) yang memiliki nilai koefisien sebesar -3,679 yang menandakan hubungan kearah negatif, dengan nilai signifikansi 0,062 lebih dari 0,05. Maka membuktikan apabila pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan maupun penurunan

maka berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. ROA yang memiliki nilai koefisien 50,144 yang menandakan hubungan kearah positif, dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Bahwa apabila pertumbuhan mengalami peningkatan maka begitu pula dengan sebaliknya. Hal ini memiliki dampak yang positif terhadap nilai perusahaan. DER yang memiliki nilai koefisien 4,304 yang menandakan hubungan kearah positif, dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Bahwa apabila *leverage* mengalami peningkatan maka begitu pula dengan sebaliknya. Hal ini memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Jika nilai koefisien R² mendekati 1 (satu) dengan begitu variasi pada variabel independen nyaris memberi informasi yang diperlukan akan memprediksi variasi variabel dependen. Sementara itu jika nilai koefisien R² setara 0 (nol) dengan begitu menunjukkan variabel independen sekedar mampu menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Dibawah ini merupakan hasil uji Koefisien Determinasi (R²):

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.739	.723	2.68839

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7 diatas, didapatkan besaran nilai adjusted R² sebesar 0,739. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 73.9% variabel dependen nilai perusahaan (PBV) dapat dijabarkan oleh variabel independen ukuran perusahaan (*SIZE*), *sales growth* (*GROWTH*), *return on asset* (*ROA*) dan *leverage* (*DER*) dengan nilai sisa sebesar 26,1% (100% - 73,9% = 26,1%) dapat dijelaskan oleh variabel diluar persamaan dan secara simultan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

Uji Kelayakan Model (F)

Uji kelayakan model F digunakan untuk menguji kelayakan model regresi yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik F (uji F). Berikut hasil uji kelayakan model setelah *transform* :

Tabel 8
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1290.199	4	322.550	44.628	.000 ^b
	Residual	455.330	63	7.227		
	Total	1745.529	67			

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan uji statistik F diatas, didapatkan nilai F hitung sebesar 44,628 dan tingkat signifikansi uji kelayakan model sebesar 0,000 < 0,05. Yang berarti variable independen (Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, *Return on Asset* dan *Leverage*) terhadap variable dependen (nilai perusahaan) bisa dinyatakan layak sebagai model penelitian.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial menggunakan uji t untuk menetapkan seberapa besar pengaruh dari variabel independen secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai tingkat signifikansi pada uji t ialah 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih besar 0,05 maka hipotesis dinyatakan tidak diterima atau ditolak. Namun bila nilai signifikansi lebih kecil atau kurang 0,05 maka hipotesis diterima dan dinyatakan adanya pengaruh antara kedua variabel. Hasil perhitungan nilai t pada setiap variabel atas hasil yang didapatkan sebagai berikut ini:

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.932	5.095		-.379	.706
	SIZE	-.054	.171	-.020	-.314	.755
	GROWTH	-3.679	1.940	-.123	-1.897	.062
	ROA	50.144	4.220	.768	11.883	.000
	DER	4.304	.783	.355	5.496	.000

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berikut merupakan penjelasan hasil pengujian hipotesis setiap variabel pada tabel 9 diatas: (1) Hasil olahan yang telah diuji pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t sebesar -0,314 dan nilai signifikansi pada Ukuran Perusahaan sebesar 0,755 lebih besar dari 0,05 maka hipotesis (H_1) ditolak. Dengan begitu terbukti bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. (2) Hasil olahan yang telah diuji pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t sebesar -1,897 dan nilai signifikansi pada *Sales Growth* sebesar 0,062 lebih besar dari 0,05 maka hipotesis (H_2) ditolak. Dengan begitu menunjukkan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. (3) Hasil olahan yang telah diuji pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t sebesar 11,883 dan nilai signifikansi pada *Return on Asset* sebesar 0,00 kurang dari 0,05 maka hipotesis (H_3) diterima. Dengan begitu menunjukkan bahwa *Return on Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. (4) Hasil olahan yang telah diuji pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t sebesar 5,496 dan nilai signifikansi pada *Leverage* sebesar 0,000 kurang dari 0,05 maka hipotesis (H_4) diterima. Dengan begitu menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan pada uji statistik t menunjukkan bahwa menghasilkan nilai t sebesar -0,054 dengan nilai signifikan sebesar 0,755 > 0,05 artinya bahwa hipotesis 1 ditolak, Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya suatu perusahaan tidak dapat mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan. Setiap perusahaan memiliki ukuran perusahaan dan pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaannya. Besar kecilnya suatu perusahaan ditentukan dengan total aset yang dimiliki. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar maka manajemen akan lebih bebas dalam menggunakan aset tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak hutang yang diperlukan oleh perusahaan untuk mendanai kegiatan operasionalnya, penarikan hutang yang dilakukan oleh perusahaan yang besar seharusnya perusahaan juga mampu untuk memperoleh aset yang besar pula.

Sedangkan aset yang dijadikan jaminan untuk memperoleh hutang nilainya lebih besar daripada pengembalian aset yang diterima oleh perusahaan. Sehingga apabila aset yang besar tidak dimanfaatkan secara efektif dan digunakan dengan baik maka akan menimbulkan adanya risiko pada perusahaan, akibatnya hal tersebut memunculkan kekhawatiran minat investor untuk berinvestasi dapat menurun diikuti dengan penurunan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Barnades dan Siprihadin (2020) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan besar kecilnya suatu perusahaan tidak dapat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya kualitas kinerja perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun hasil penelitian Novari dan Lestari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan pada uji statistik t menunjukkan bahwa menghasilkan nilai t sebesar -3,679 dengan nilai signifikan sebesar $0,062 > 0,05$ artinya bahwa hipotesis 2 ditolak, *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Maka penelitian ini menunjukkan tingginya pertumbuhan penjualan tidak dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan, dimana jika *sales growth* mengalami kenaikan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi tidak diikuti oleh perputaran piutang yang tinggi pula, justru akan menjadi sinyal negatif bagi pasar, karena akan mengganggu *cash flow*. Alasan lainnya yaitu karena tingkat penjualan yang tinggi dikhawatirkan justru perusahaan sedang berada pada titik puncak siklus produksi. Akibatnya pada kondisi ini dikhawatirkan perusahaan sudah tidak dapat tumbuh lagi. Sehingga kekhawatiran ini yang mengurungkan minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, akibatnya yaitu nilai perusahaan akan mengalami penurunan.

Hasil pengujian pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini disebabkan perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan yang tinggi belum mampu untuk dijadikan tolak ukur bahwa perusahaan dapat memenuhi operasionalnya dengan mengandalkan mendapatkan dana dari luar perusahaan saja. Namun hasil penelitian Clarenisia *et al* (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan pada uji statistik t menunjukkan bahwa menghasilkan nilai t sebesar 50,144 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya bahwa hipotesis 3 diterima, *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Maka penelitian ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada *return on asset* maka akan memberikan dampak peningkatan terhadap nilai perusahaan. Hasil dari uji t pada ROA menunjukkan ROA yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu memperoleh laba yang tinggi dan dianggap sebagai sinyal positif bagi investor karena perusahaan memungkinkan untuk memiliki prospek bagus di masa depan, sehingga hal tersebut dapat menjadikan investor untuk meningkatkan permintaan saham dan mengakibatkan nilai perusahaan semakin meningkat. Selain itu, kenaikan pada *return on asset* dalam suatu perusahaan mampu menjalin hubungan yang baik dengan pihak lain, serta mampu memaksimalkan aset yang dimilikinya untuk memaksimalkan laba perusahaan. sehingga perusahaan dapat mampu memberikan jaminan atas kesejahteraan investor.

Hasil pengujian dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zurriah (2021) bahwa *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan hal ini disebabkan karena investor mengharapkan *return* atas dana investasinya, sehingga perusahaan harus meningkatkan kinerjanya sehingga mampu untuk meningkatkan

nilai perusahaan. Namun hasil penelitian Triagustina *et al* (2015) *Return on asset (ROA)* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil perhitungan pada uji statistik t menunjukkan bahwa menghasilkan nilai t sebesar 4,304 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya bahwa hipotesis 4 diterima, *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Maka penelitian ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada *leverage* maka akan memberikan dampak peningkatan terhadap nilai perusahaan. tingginya tingkat *leverage* perusahaan akan memperlihatkan aliran dana dari luar perusahaan yaitu bertambahnya hutang yang semakin besar, hutang yang besar jika dikelola dengan baik maka akan meningkatkan pendapatan perusahaan. kondisi inilah yang pada akhirnya dipandang sebagai signal positif oleh investor dengan asumsi bahwa aliran kas perusahaan dimasa yang akan datang akan terjaga dan dengan adanya hutang juga menunjukkan optimis dari manajemen dalam melakukan investasi sehingga diharapkan dimasa yang akan datang prospek dari perusahaan tersebut akan menjadi bagus.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Laurenza (2021) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena *leverage* mempengaruhi keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan. Namun demikian penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Manggale dan Widyawati (2021) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang didapat dari pembahasan hasil uji analisis yang sudah dijabarkan ialah sebagai berikut: (1) Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya besar kecilnya total aset yang dimiliki perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. yang berarti ketika total aset perusahaan meningkat hal tersebut tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (2) *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya rendah tingginya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya tingginya penjualan pada perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. (3) *Return On Asset* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan Semakin tinggi tingkat laba yang dihasilkan perusahaan dianggap mampu memberikan return yang tinggi dan laba mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya dan mempengaruhi peningkatan pada nilai perusahaan. (4) *Leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya tingginya tingkat *leverage* perusahaan menunjukkan aliran dana dari luar yang semakin besar apabila digunakan dengan baik dapat meningkatkan operasional perusahaan sehingga mempengaruhi peningkatan pendapatan dan diikuti oleh meningkatnya nilai perusahaan.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang mempengaruhi penelitian, keterbatasan ini meliputi: (1) Penelitian ini hanya menggunakan variabel ukuran perusahaan, *sales growth*, *return on asset* dan *leverage* sebagai variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. (2) Penelitian ini belum sepenuhnya dapat mendeskripsikan secara utuh faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, karena nilai *adjusted R²* sebesar 73,9%, sehingga masih terdapat 26,1% variabel independen lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan. (3) Adanya laporan tahunan (*annual reports*) yang tidak tersedia di situs resmi Bursa Efek

Indonesia (BEI), sehingga mempersulit peneliti untuk mencari data yang digunakan sebagai sampel penelitian.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, maka saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut: (1) Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain yang berkaitan kuat terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, seperti *Profitabilitas*, Struktur Modal (DER) dll. (2) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar memperluas objek penelitian seperti menambah sampel perusahaan dan memperpanjang periode pengamatan dalam penelitian. (3) Bagi investor dan calon investor yang nantinya ingin berinvestasi di perusahaan food and beverage sangat lebih baik memperhatikan dan mempertimbangkan kembali aspek fundamental perusahaan yang dapat menunjukkan mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Hal ini dimaksudkan agar return yang didapatkan sesuai dengan harapan investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnades, N. A. dan H. Suprihadin. 2020. Pengaruh profitabilitas, *Leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan *food anf beverage* di BEI periode (2014-2018). *Jurnal ilmu dan riset manajemen sekolah tinggi ilmu ekonomi Indonesia* 9(6) : 1-20.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Terjemahan Ali Akbar Yulianto. Edisi Kesebelas. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Cahyati, N. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Jasa Transportasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(1): 2-18.
- Clarensia, J., S. Rahayu, dan N. Azizah. 2012. Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham (Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010). *Jurnal Ekonomi*. 3(1): 72-88.
- Dewantari, N L., W. Cipta, dan G P. A. J. Susila. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food And Beverage*. *Jurnal Prospek* 1(2) : 74-83.
- Dolontelide.C.A. dan A. Wangkar. 2019. Pengaruh *Sales Growth* Dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*. 7(3): 3039-3048.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS* 23. Edisi 8. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Guire, Sean Mc., Dechun Wang dan Ryan Wilson. 2011. *Dual Class Ownership and Tax Avoidance*. American Taxation Association Midyear Meeting. Jata Conference.
- Halimah, S. N. dan E. Komariah. 2017. Pengaruh ROA, CAR, NPL, LDR, BOPO Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 5(1) : 2548 - 9836.
- _____. 2017. Pengaruh ROA, CAR, NPL, LDR, BOPO Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 5(1) : 2548 - 9836.
- Hansen, V. dan Juniarti. 2014. Pengaruh *family control, size, sales growth and Leverage* terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan manufakturing yang terdaftar di bursa efek surabaya. *Jurnal aplikasi manajemen* 8(1)
- Hermuningsih, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Indonesia. *Jurnal Buletin Enomi Moneter moneter Perbankan*. 127-148.
- Hery. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Kedua. Grasindo. Jakarta.

- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Keduabelas. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kholis, N. K., E. D. Sumarwati, dan H. M. Mutmainah. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*. 16(1): 19-25.
- Laurenza, D. A. 2021. Pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor *food and beverage*. *Jurnal ilmu dan riset manajemen* 10(2): 2-17.
- Manggale, N. dan D. Widayawati. 2021. Pengaruh *Return On Equity, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya* 10(1) : 1-22.
- Novari, P M. dan P. V. Lestar. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan *Real Estate*. *E-Jurnal Manajemen Unud*.5(9): 5671-5694.
- Paradila, V. R. I., A. L. Wijaya, dan A. Widiastara. 2019. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Size Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)*. 617-635.
- Riyanto, B. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Cetakan Ketujuh. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- 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.
- Sartono, R. Agus. 2001. *Manajemen Keuangan*. Teori dan Aplikasi Edisi Keempat. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Siagian, F. T. dan E. Tresnaningsih. 2011. The Impact Of Independent Directors And Independent Audit Committees On Earnings Quality Reported By Indonesia Firms. *Asian Riview of Accounting*. 19(3): 192-207.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Suwardika, I. dan I. Mustanda. 2017. Pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 6(3) : 25448.
- Triagustina, L., E. Sukarmanto, dan Helliana. 2015. Pengaruh *Return On Asset (ROA) Dan Return On Equity (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012*. *Prosiding Akuntansi*. 28-34.
- Widyantari, N L. P dan I P. Yadnya. 2017. Pengaruh Ukuran Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud* 6(12) : 6383-6409.
- Zurriah, R. 2021. Pegaaruh *Return On Asset (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal AKMAMI* 2(3) : 528-537.