

## Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

**Yulia Laila Faizra**

Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wa Salwa

[liafaizra@gmail.com](mailto:liafaizra@gmail.com)

**Puteri Anggi Lubis**

Universitas Islam Negeri Jambi

[puterianggi20@yahoo.com](mailto:puterianggi20@yahoo.com)

**Laily Ifazah**

Universitas Islam Negeri Jambi

[lailyifazah89@yahoo.com](mailto:lailyifazah89@yahoo.com)

**Muthmainnah**

Universitas Islam Negeri Jambi

[muthmainnah@uinjambi.co.id](mailto:muthmainnah@uinjambi.co.id)

DOI: <http://dx.doi.org/10.30596%2F11507>

### **ABSTRACT**

*This study aims to increase the influence of the company, profitability and company size on the consumer goods sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2014 to 2019. Several previous studies regarding the firm value of different results. Therefore, other research needs to be conducted to retest the theory of value. The study population was 47 manufacturing companies in the consumer goods sub-sector. The sampling method used was purposive sampling method, so that 16 sample companies were obtained for the 6 years of observation (2014 - 2019) with 96 observational data. But there are 8 data that must be eliminated so that the number of observational data is 88 data. The research data is obtained from sample companies which can be downloaded from the Indonesia Stock Exchange website. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis and multiple regression analysis. The data analysis process that is done first is descriptive statistics, classical assumption test, multiple analysis and then testing the hypothesis. The results of this study partially indicate that company growth and profitability have a positive and significant effect on firm value. Meanwhile, company size has no effect on firm value. The results of the study simultaneously, profitability and firm size have a significant effect on firm value.*

**Keyword:** *Company Growth, Profitability, Company Size and Company Value*

**Cara Sitasi :** Faizra, Y.L., Lubis, P.A., Ifazah, L., Muthmainnah, M. (2022). Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, vol 22.(2 ), hal 176-188. <http://dx.doi.org/10.30596%2F11507>

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat dan situasi ekonomi yang tidak menentu

pada saat sekarang ini membuat perusahaan harus memiliki kemampuan untuk tetap bertahan. Upaya yang dapat dilakukan oleh berdirinya suatu perusahaan adalah dengan menerapkan berbagai kebijakan strategis yang menghasilkan efisiensi dan efektivitas bagi perusahaan. Salah satu hal yang penting dalam nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan aspek utama yang dilihat oleh investor sebelum mereka memutuskan untuk menginvestasikan dana di suatu perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dari tahun ke tahun merupakan suatu gambaran keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjalankan usahanya. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Gapenski dalam Arifianto dan (Arifianto & Chabachib, 2016). Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan rendah atau buruknya nilai perusahaan, maka para calon investor akan memandang perusahaan tidak layak dijadikan alternatif investasi mereka. Demikian pula sebaliknya, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur.

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan rendah atau buruknya nilai perusahaan, maka para calon investor akan memandang perusahaan tidak layak dijadikan alternatif investasi mereka. Demikian pula sebaliknya, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sesuai dengan teori dan penelitian yang telah dilakukan adalah pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Faktor pertama yang diduga berperan dalam menentukan nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal suatu perusahaan karena dapat memberikan suatu aspek yang positif bagi mereka. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan mereka mengharapkan rate of return (tingkat pengembalian) dari investasi mereka memberi hasil yang lebih baik. Pertumbuhan perusahaan yang baik diharapkan menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih banyak atas investasi yang dilakukan. Investor yang memperoleh informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang diindikasikan melalui peningkatan total aset dari suatu perusahaan akan mendapat respon baik dari pasar, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan harga saham ataupun mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gustian, 2017) dan (Suryandani, 2018) yang menyatakan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Suyanto, 2015) dan (Rositawati, 2015) yang menyatakan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Faktor selanjutnya yang diduga berperan dalam menentukan nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Semakin tinggi nilai profit yang didapat maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Karena profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puspita, 2011) (Rachmawati & Pinem, 2015), (Rositawati, 2015) dan (Suwardika & Mustanda, 2017) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu & Sari, 2018) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Faktor terakhir yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Ekspektasi investor berupa perolehan dividen dari perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga

saham di pasar modal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati & Pinem, 2015) dan (Suwardika & Mustanda, 2017) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puspita, 2011) dan (Rositawati, 2015) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## KAJIAN TEORI

### Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sujoko & Soebiantoro, 2007) Sedangkan menurut Sartono dalam Ukhriyawati dan Dewi (2019), nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Sedangkan menurut Husnan dalam (Suryandani, 2018) menyatakan, nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Dengan kata lain, nilai perusahaan merupakan kemampuan perusahaan meningkatkan saham dan penilaian atas perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Price Book Value (PBV). Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Rasio ini dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Market Proce per Share}}{\text{Book Value Per Share}} \times 100$$

### Pertumbuhan Perusahaan (X1)

Growth adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Fau, 2015). Sedangkan menurut Machfoedz dalam (Puspita, 2011), Pertumbuhan (growth) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam system ekonomi secara keseluruhan atau system ekonomi untuk industry yang sama. Sedangkan menurut Kallapur dan Trombley dalam Ukhriyawati dan (Ukhriyawati & Dewi, 2019), mengatakan bahwa pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size. Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh banyak pihak baik internal maupun eksternal, karena pertumbuhan yang baik memberi tanda bagi perkembangan perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, karena dianggap mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari waktu ke waktu. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan mereka mengharapkan rate of return (tingkat pengembalian) dari investasi mereka memberi hasil yang lebih baik. Pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan selisih total aset yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aset periode sebelumnya. Seperti yang dilakukan oleh (Firdaus, Dunia Ahmad., 2012) Ukhriyawati dan (Ukhriyawati & Dewi, 2019) yaitu:

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Total asset } t - \text{Total asset } t-1}{\text{Total asset } t-1}$$

### Profitabilitas (X2)

Menurut Saidi dalam (Rositawati, 2015), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Sedangkan menurut Brigham dan Gapenski dalam (Puspita, 2011), profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Sedangkan menurut Munawir dalam (Rahayu & Sari, 2018) mengemukakan bahwa Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka

panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Semakin tinggi nilai profit yang didapat maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Karena profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat. Dalam penelitian ini rasio yang digunakan yaitu Return On Asset (ROA), sebagai salah satu rasio profitabilitas yang sangat penting bagi para investor. Return on Asset (ROA) yaitu perbandingan antara laba setelah Pajak dengan jumlah aset. Secara matematis, ROA dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

### Ukuran Perusahaan (X3)

Menurut (Suryandani, 2018), Ukuran perusahaan (size) merupakan ukuran atau besarnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan menurut (Rachmawati & Pinem, 2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aset. Sedangkan menurut (Ukhriyawati & Dewi, 2019), ukuran perusahaan adalah suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain: total aktiva, log size, nilai pasar saham dan lain-lain. Besar kecilnya perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi. Perusahaan yang memiliki ukuran besar akan lebih mudah memasuki pasar modal sehingga dengan kesempatan ini perusahaan membayar dividen besar kepada pemegang saham. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Ekspektasi investor berupa perolehan dividen dari perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Menurut Nuringsih dalam (Ukhriyawati & Dewi, 2019) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan dapat menggunakan proksi *Natural Logaritma* dari total aset.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma Natural (Total Asset)}$$

### Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yaitu Penelitian yang dilakukan oleh (Puspita, 2011) dengan judul Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007 – 2009 (Studi Kasus Pada Sektor Industri Food And beverages). Hasil menunjukkan bahwa secara simultan, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan secara parsial struktur modal memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian kedua yaitu Penelitian yang dilakukan oleh (Rositawati, 2015) dengan judul Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh dengan nilai perusahaan. Penelitian ketiga yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati, dan (Rachmawati & Pinem, 2015) dengan judul Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa secara simultan profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas dan

ukuran perusahaan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan leverage tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian keempat yaitu Penelitian yang dilakukan (Gustian, 2017) dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi, Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010-2014). Hasil menunjukkan bahwa struktur modal (DER) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan secara simultan, struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kelima yaitu Penelitian yang dilakukan (Suwardika & Mustanda, 2017) dengan judul Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan property. Hasil menunjukkan bahwa leverage dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian keenam yaitu Penelitian yang dilakukan (Rahayu & Sari, 2018) dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa leverage, size, dan kualitas laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Profitabilitas yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ketujuh yaitu Penelitian yang dilakukan (Suryandani, 2018) dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate. Hasil menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, kemudian variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel keputusan investasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan variabel pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan keputusan investasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kedelapan yaitu Penelitian yang dilakukan (Ukhriyawati & Dewi, 2019) dengan judul Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan secara uji F (simultan), struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## **Hubungan antar variabel**

### **Pengaruh Pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal suatu perusahaan karena dapat memberikan suatu aspek yang positif bagi mereka. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan mereka mengharapkan rate of return (tingkat pengembalian) dari investasi mereka memberi hasil yang lebih baik. Pertumbuhan perusahaan yang baik diharapkan menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih banyak atas investasi yang dilakukan. Investor yang memperoleh informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang diindikasikan melalui peningkatan total aset dari suatu perusahaan akan mendapat respon baik dari pasar, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan harga saham ataupun mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gustian, 2017) dan (Suryandani, 2018) yang menyatakan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Suyanto, 2015) dan (Rositawati, 2015) yang menyatakan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba

bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi nilai profit yang didapat maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Karena profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Puspita, 2011), (Rachmawati & Pinem, 2015) dan yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu & Sari, 2018) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Investor memiliki ekspektasi yang besar terhadap perusahaan besar. Ekspektasi investor berupa perolehan dividen dari perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati & Pinem, 2015) dan Suwardika dan (Suwardika & Mustanda, 2017) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspita (2011) dan (Rositawati, 2015) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

## **METODE**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan bentuk hubungan kausal yang merupakan hubungan sebab akibat antara variabel independen dengan dependen. Jumlah populasi dalam dalam penelitian ini sebanyak 47 perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi dengan periode penelitian selama 6 tahun selama 2014-2019, Peneliti mengambil 16 perusahaan sebagai sampel dengan beberapa kriteria yang telah ditetapkan sehingga jumlah seluruh amatan (observasi) adalah sebanyak 96 data amatan. Tetapi ada 8 data yang harus dieliminasi sehingga jumlah data observasi sebanyak 88 data, dilakukan eliminasi data karena pd saat pengolahan data terjadi data case yg menyebabkan data tidak normal maka data case tersebut harus dibuang agar data tersebut normal. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini, yaitu: Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Uji yang dilakukan ialah: Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, yaitu dengan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi. Analisis Regresi Linier Berganda. Uji Hipotesis dengan Uji t (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan), Analisis Koefisien Determinasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Statistik Deskriptif**

Berdasarkan analisis statistik deskriptif diperoleh gambaran sampel sebagai berikut:

**Descriptive Statistics**

	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Nilai Perusahaan	88	,295	8,785	3,305	2,075
Pertumbuhan	88	-	93,996	10,950	15,823

Perusahaan		28,664			
Profitabilitas	88	,001	,256	,098	0,05
Ukuran Perusahaan	88	26,944	32,201	29,375	1,502
Valid N (listwise)	88				

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

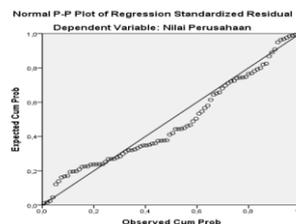
Berdasarkan Tabel 1 diketahui :

1. Nilai minimum dari nilai perusahaan adalah 0,295 dan nilai maksimum dari nilai perusahaan adalah 8,785. Sementara nilai rata-rata adalah 3,305 dan nilai standar deviasi 2,075.
2. Nilai minimum dari pertumbuhan perusahaan adalah 28,664 dan nilai maksimum dari pertumbuhan perusahaan adalah 93,996 Sementara nilai rata-rata adalah 10,95 dan nilai standar deviasi 15,823.
3. Nilai minimum dari profitabilitas adalah 0,001 dan nilai maksimum dari profitabilitas adalah 0,256. Sementara nilai rata-rata adalah 0,9800 dan nilai standar deviasi 0,005.
4. Nilai minimum dari ukuran perusahaan adalah 26,944 dan nilai maksimum dari ukuran perusahaan adalah 32,201 Sementara nilai rata-rata adalah 29,375 dan nilai standar deviasi 1,502.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui normalitas data peneliti menggunakan normal Plot, Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

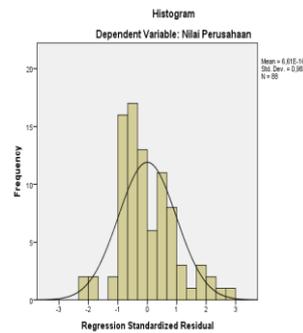


**Gambar 1**

### Grafik Normal P-P Plot

Sumber: Hasil pengolahan data dari SPSS

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa data meyebar disekitar garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas juga dapat dilihat pada diagram histogram pada gambar 2 berikut ini:



**Gambar 2**

### Histogram Normal P-P Plot

Sumber: Hasil pengolahan data dari SPSS

Grafik histogram pada gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa distribusi data memiliki kurva berbentuk lonceng dimana distribusi data tidak menceng ke kiri maupun menceng ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal. Hal ini juga didukung dengan menggunakan *normal p-plot regression*.

#### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011;105) mengatakan “Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas”. Untuk melakukan pengujian apakah terdapat multikolinieritas atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan nilai tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $>0.1$  atau sama dengan VIF  $<10$ . Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel Hasil Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Pertumbuhan Perusahaan	,922	1,084
Profitabilitas	,926	1,079
Ukuran Perusahaan	,995	1,005

Sumber : Data diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai VIF setiap variabel dibawah 10 dan nilai tolerance setiap variabel lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terdapat hubungan atau korelasi antara satu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya. Dari tabel diatas dapat dinyatakan bahwa data penelitian tidak mengalami multikolinieritas sehingga model regresi yang ada layak dipakai dalam memprediksi Nilai Perusahaan.

#### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji Durbin-Watson. Berikut hasil berdasarkan uji Durbin-Watson.

**Tabel**  
**Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson**

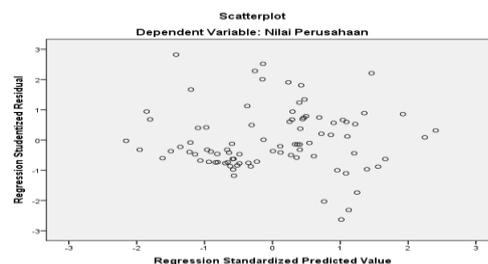
Model	Durbin-Watson
1	1,801

Sumber: Data Diolah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa Nilai DW 1,801 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, jumlah sampel ( $n$ ) = 88 dan jumlah variabel independen ( $k=3$ ) = 3.88 maka diperoleh nilai  $du$  1,724 Nilai DW 1,801 lebih besar dari batas atas ( $du$ ) yakni 1,724 dan kurang dari ( $4-du$ )  $4-1,724 = 2,276$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2011:139) bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Heteroskedastisitas. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya yaitu SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu pada *grafik scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah yang diprediksi dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi- $Y$  sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar analisis yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah sebagai berikut. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat dalam gambar 3 adalah:



**Gambar 3**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil pengolahan data dari SPSS

Dari grafik *scatterplot* diatas dapat disimpulkan bahwa titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi nilai perusahaan.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel – variabel bebas (independen) yaitu pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan dalam memprediksi variabel terikat (dependen) yaitu nilai perusahaan. Apabila variabel independen mengalami kenaikan dan penurunan, juga untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing – masing variabel independen berhubungan positif atau negative.

**Tabel**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-5,030	3,570	
1 Pertumbuhan Perusahaan	,041	,012	,310
Profitabilitas	23,839	3,713	,582
Ukuran Perusahaan	,188	,121	,136

Sumber : Data Diolah SPSS, 2021

Hasil analisis regresi linear berganda yang didapatkan setelah melakukan uji spss adalah sebagai berikut :

### Persamaan Regresi Linier Berganda

$$Y = -5,030 + 0,041 X_1 + 23,839 X_2 + 0,188 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kostanta sebesar -5,030 menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai 0 maka nilai nilai perusahaan sebesar -5,030.
2.  $X_1$  adalah variabel pertumbuhan perusahaan yang memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,041. Hal ini mempunyai arti bahwa kenaikan 1% variabel pertumbuhan perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,041 dengan asumsi variabel lain tetap.
3.  $X_2$  adalah variable profitabilitas yang memiliki nilai koefisien regresi sebesar 23,839.. Hal ini mempunyai arti bahwa kenaikan 1% variabel profitabilitas maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 23,839 dengan asumsi variabel lain tetap.
4.  $X_3$  adalah variabel ukuran perusahaan yang memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,188. Hal ini mempunyai arti bahwa kenaikan 1% variabel ukuran perusahaan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,188 dengan asumsi variabel lain tetap.

### Uji Hipotesis

#### Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel - variabel independen yaitu pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan dalam menjelaskan variabel- variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,600 <sup>a</sup>	,360	,337

Sumber : Data Diolah SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 5, nilai koefisien determinasi terletak pada kolom *Adjusted R-Square*. Diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,337.. Nilai tersebut berarti seluruh variabel bebas, yakni

pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan mempengaruhi variabel nilai perusahaan sebesar 33,7%, dan sisanya sebesar 66,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

## Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5% dengan derajat kebebasan  $df_1 = (n-k-1)$ , dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel dan  $df_2 = (\text{jumlah semua variabel} - 1)$ . Kriteria pengujian yang digunakan adalah :

1. Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka pengaruh variabel independen signifikan maka secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa semua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel (Y).
2. Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai variabel (Y).

**Tabel**  
**Hasil Uji Simultan**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	df	F	Sig.
1 Regression	3	15,737	,000 <sup>b</sup>
Residual	8		
Total	4		
	8		
	7		

Sumber : Data Diolah SPSS, 2021

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95% dan tingkat signifikan 0,05,  $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1 = 3+1-1 = 3$  dan  $df_2 = (n-k-1)$  atau  $88-3-1 = 84$ , maka diperoleh  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,71.

Berdasarkan tabel 5, nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $15,737 > 2,71$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .maka artinya pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

## Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5%, dengan derajat kebebasan  $df = (n-k-1)$ , dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel.

Kriteria pengujian yang digunakan adalah :

- 1) Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} (n-k-1)$  , Jika  $p \text{ value} < 0,05$  maka secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel (Y).
- 2) Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}} (n-k-1)$ ,  $p \text{ value} > 0,05$  maka masing-masing variabel independen tidakberpengaruh terhadap nilai variabel (Y). berikut Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel**  
**Hasil Uji Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	T	Sig.
1 (Constant)	-1,409	,163

Pertumbuhan Perusahaan	3,411	,001
Profitabilitas	6,420	,000
Ukuran Perusahaan	1,559	,123

Sumber : Data Diolah SPSS, 2021

Nilai t tabel dengan  $df = n - k - 1 = 88 - 3 - 1 = 84$  maka nilai t tabel diperoleh sebesar 1,663.. Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) dari tabel 6 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel pertumbuhan perusahaan memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $3,411 > 1,663$  dengan tingkat signifikansi  $0,01 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.
2. Variabel profitabilitas memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $6,420 > 1,663$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.
3. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dimana  $1,559 < 1,663$  dengan tingkat signifikansi  $0,123 > 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan : Hasil pengujian secara parsial, menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara parsial, menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara parsial, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan.

## REFERENSI

- Arifianto, M., & Chabachib, M. (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).
- Dewi, P. S. &, & Suyanto. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus Terhadap,Belanja Modal Pada Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Akuntansi*, 3(1), 9–21.
- Firdaus, Dunia Ahmad., dan A. (2012). *Akuntansi Biaya* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Gustian, D. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi, Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010-2014). *Jurnal Universitas Negeri Padang*, 1(1).
- Puspita, N. S. (2011). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007 – 2009 (Studi Kasus Pada Sektor Industri Food And beve. *Jurnal Akuntansi*, 0(0).
- Rachmawati, D., & Pinem, D. B. (2015). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal EQUITY*, 18(1).
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 2(2).
- Rositawati, F. N. (2015). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*.

- Sujoko & Soebiantoro, U. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empirik pada perusahaan manufaktur dan non manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 41–48.
- Suryandani, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate “. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 1(1).
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3).
- Ukhriyawati, C. F., & Dewi, R. (2019). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan lq-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Equilibria*, 6(1).