

# Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022

Celvin<sup>1)</sup>\*, Syarifarudin Afa<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

<sup>1)</sup>celvina28@gmail.com

<sup>2)</sup>syarifarudin.afa@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima Maret 2024;  
Perbaikan Maret 2024;  
Diterima April 2024;  
Tersedia online April 2024;

Kata kunci:

Profitabilitas  
*Leverage*  
Pertumbuhan Penjualan  
Nilai Perusahaan

## Abstrak

Tujuan penelitian yang dilaksanakan saat ini adalah mempelajari bagaimana Profitabilitas, *Leverage*, serta Pertumbuhan Penjualan berdampak pada Nilai Perusahaan di Sektor *Consumer Non-Cyclical* yang tercantum di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang waktu 2019-2022. Populasi yang didapatkan penelitian adalah mencakup seluruh perusahaan yang terdaftar di sektor ini pada periode 2019-2022 sebanyak 122 perusahaan serta 22 perusahaan sebagai sampel.

Hasil penelitian mengindikasikan analisa pada data memakai berbagai teknik statistik serta bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Berikut adalah temuan utama penelitian:

1. Profitabilitas berdampak dengan positif pada nilai perusahaan. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah (0,000), dimana nilai itu berada dibawah pada ambang standar signifikansi yang ditetapkan 0,05. Selain itu, nilai  $t_{hitung}$  (14,004) juga berada diatas nilai  $t_{tabel}$  (1,98861).
2. *Leverage* berdampak dengan positif pada nilai perusahaan. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah (0,000), dimana nilai itu berada dibawah pada ambang standar signifikansi yang ditetapkan 0,05. Selain itu, nilai  $t_{hitung}$  (7,926) juga berada diatas nilai  $t_{tabel}$  (1,98861).
3. Pertumbuhan Penjualan berdampak dengan negatif pada nilai perusahaan. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah (0,000), dimana nilai itu berada dibawah pada ambang standar signifikansi yang ditetapkan 0,05. Selain itu, nilai  $t_{hitung}$  (-2,021) jugaberada dibawah dari  $t_{tabel}$  (-1,98861).
4. Kesimpulan dari pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah (0,000), dimana nilai itu berada dibawah pada ambang standar signifikansi yang ditetapkan 0,05. Selain itu, nilai  $F_{hitung}$  (89,238) juga lebih besar dari  $F_{tabel}$  (2,713227).

## I. PENDAHULUAN

Perusahaan-perusahaan di sektor konsumen non-siklis yang tercantum di Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki tanggung jawab untuk menjaga performa keuangan yang stabil dan menaikkan nilai perusahaan mereka dalam pasar modal Indonesia. Sektor ini meliputi industri makanan dan minuman, produk rumah tangga, produk perawatan pribadi, dan produk kesehatan, dan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, sektor ini menghadapi tantangan akibat penularan COVID-19 yang berakhir terhadap aktivitas konsumen dan performa perusahaan. Langkah-langkah penguncian serta pembatasan sosial yang diterapkan untuk mengendalikan penyebaran virus telah mempengaruhi konsumsi dan kinerja perusahaan di sektor ini.

Saham-saham dalam sektor *Consumer Non-Cyclicals* mengalami performa yang lesu dibandingkan dengan sektor *Consumer Cyclicals*, menurut data yang dikutip dari [investasi.co.id](https://investasi.co.id). Data Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan bahwa saham-saham yang dominan dalam sektor barang konsumen primer dan memiliki kapitalisasi pasar besar cenderung tertekan sejak awal tahun. "Saham-saham bigcaps yang mengemban sektor barang konsumen primer belum mendapati peningkatan yang signifikan periode ini," ungkap Anggaraksa Arismunandar, Kepala Riset NH Korindo Sekuritas, kepada [Kontan.co.id](https://kontan.co.id) pada Senin (18/10). Sejumlah saham perusahaan besar yang termasuk dalam sektor ini antara lain UNVR serta HMSP. Saham Unilever mengalami penurunan sebesar 30.95% year-to-date, sedangkan HM Sampoerna mengalami penurunan sebesar 23.26% year-to-date. Meskipun terjadi penebalan terhadap saham berkapitalisasi besar pada sejumlah waktu terakhir, tetapi hal demikian belum mampu memikul performa bagian barang konsumen primer dari zona merah. Penguatan tersebut terkait dengan perputaran pasar saham yang condong menguntungkan saham perusahaan besar sepanjang penghujung tahun.

Sebaliknya, bagian barang konsumsi primer melaju fokus pada saham yang memiliki sifat preventif. Dengan kata lain, tiada ada faktor psikologi serta dapat secara signifikan mempengaruhi pergerakan harga saham. Tetapi, pada waktu yang sama, kemampuan beli masyarakat masih lemah mengingat adanya data inflasi terkini. Hal ini memberikan tekanan pada saham-saham konsumen inti di sektor ini seperti UNVR, ICBP, INDF, MYOR. Sebaliknya, saham di bagian barang konsumsi primer condong sensitif kepada pandangan pasar. Contohnya, perbaikan ekonomi serta pengenduran pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) dapat meningkatkan pangsa pasar sektor ini, terutama pada saham-saham ritel. Sementara itu, subsektor barang konsumsi yang didominasi oleh saham-saham tier 2 dan tier 3 mengalami kenaikan harga yang signifikan sepanjang tahun. Indeks Komposit SMC, yang mengukur kinerja saham-saham berkapitalisasi kecil dan menengah, telah naik sebesar 25,85% sejak awal tahun. Dalam menghadapi kondisi tersebut, bagi investor yang berorientasi pada pertumbuhan, saham termasuk kelompok barang konsumsi primer kian menarik. Namun, manuver harga saham menjurus melonjak secara bertahap. Di sisi lain, investor yang lebih suka saham defensif dan investasi dividen mungkin tertarik pada sektor barang konsumsi. Namun, pada kuartal IV, investor kemungkinan akan beralih ke saham-saham dengan kapitalisasi pasar besar. Oleh karena itu, masih ada kemungkinan terjadinya kenaikan harga yang signifikan pada saham-saham sektor barang konsumsi primer hingga akhir tahun ini. (Kenia Intan, 2021).

Sektor *Consumer Non-Cyclicals* adalah sektor yang menjadi kunci pada perniagaan Indonesia. Bagian ini meliputi perusahaan-perusahaan serta beroperasi di industri makanan, minuman, produk rumah tangga, produk perawatan pribadi, dan sejenisnya. Sebagai sektor yang relatif tidak terpengaruh oleh perubahan siklus ekonomi, perusahaan-perusahaan dalam sektor ini memiliki potensi untuk memberikan kinerja yang stabil dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Dalam situasi ini, nilai perusahaan menjadi elemen kritis dalam menentukan kesuksesan dan daya tarik perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Nilai perusahaan mencerminkan pandangan pasar terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Maka dari itu, penting bagi memeriksa kemungkinan yang memengaruhi nilai perusahaan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika sektor ini.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Profitabilitas

Menurut Hanafi (2012:81) dalam (Nirawati et al., 2022), profitabilitas dapat didefinisikan sebagai perbandingan yang menaksir keahlian perusahaan dalam memperoleh keuntungan bagi taraf pendapatan, kekayaan, serta modal tertentu.

Hery (2015:227) dalam (Nirawati et al., 2022) menyatakan sesungguhnya perbandingan profitabilitas adalah perbandingan yang melukiskan kesanggupan perusahaan saat mendapatkan keuntungan.

Sudana (2011:22) dalam (Nirawati et al., 2022) menyatakan bahwa perbandingan profitabilitas mengukur keahlian perusahaan pada mewujudkan keuntungan dalam memanfaatkan sumber daya semacam kekayaan, modal, dan pendapatan.

M. M. Hanafi & Halim (2016:82) dalam (Ari Supeno, 2022), perbandingan profitabilitas merupakan perbandingan yang menguji keterampilan suatu industri dalam memperoleh margin (profitabilitas) pada level penjualan, aset, dan ekuitas khusus.

### Leverage

Wiagustini (2010:77) pada (Dhea & Sasi, 2022), *leverage* dapat didefinisikan sebagai kesanggupan perusahaan dalam menangkup komitmen keuangan waktu singkat dan waktu lama, ataupun sebagai ukuran sepanjang apa perusahaan didanai oleh pinjaman.

Kasmir (2017:151) di (Nabila Barnades & Suprihadi, 2020) menyatakan bahwa *leverage* membuat supaya menimbang kemampuan aset perusahaan dimodali oleh hutang.

Irham Fahmi (2013:174) dalam (Nabila Barnades & Suprihadi, 2020) berpendapat bila *leverage* memproyeksikan kesanggupan perusahaan ketika mengisi dan mempertahankan kewajiban secara konsisten dengan membayar utang-utangnya tepat waktu.

### **Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Chandrarini dan Cahyaningsih (2018) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menjelaskan yaitu tingkat perkembangan penjualan suatu perusahaan pada tahunnya. Semakin meningkat tingkat perkembangan penjualan, semakin baik kecakapan perusahaan tersebut.

Kasmir (2012) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menyatakan bahwa tingkat perkembangan pendapatan bisa dikalkulasikan melalui perbandingan pendapatan waktu berjalan dipotong pendapatan waktu sebelumnya dengan pendapatan masa tahun sebelumnya. Perkembangan pendapatan merefleksikan kesuksesan dan digunakan selaku perkiraan pertumbuhan pendanaan di masa lampau dan masa akan datang. Jika hasil perbandingannya semakin tinggi, sehingga perusahaan ditunjukkan memiliki pendapatan yang baik dan lebih mudah dalam meraih penanaman eksternal. Melalui peningkatkan perdagangan yang baik, nilai perusahaan mampu meningkat.

Kesuma (2009) dalam (Fajriah et al., 2022) menyatakan bahwa pertumbuhan pendapatan (*revenue growth*) adalah kenaikan besaran penjualan bila waktu ke waktu. Perkembangan penjualan menunjukkan kesuksesan kinerja perusahaan selama waktu yang belakang dan mampu menjadi tolok uji di waktu yang datang.

### **Nilai Perusahaan**

*Price To Book Value* (PBV) adalah perbandingan untuk menganalogikan nilai pasar / lembar saham dibandingkan harga buku / lembar saham, dan digunakan sebagai ukuran untuk menilai harga perusahaan.

## **III. METODE**

### **Jenis Penelitian**

Penulis menggunakan ragam penelitian kuantitatif. Menurut Mulyanto dan Wulandari (2018:23) dalam (Sugesti, 2020), pengkajian kuantitatif adalah langkah pengkajian yang objektif yang fokus terhadap pengkajian teori dengan mengukur faktor penelitian menggunakan nilai-nilai serta menganalisis informasi menggunakan metode pengujian statistik.

### **Objek Penelitian**

Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2007:56) dalam (Firmansyah, 2020), adalah suatu entitas saat memiliki karakteristik tertentu dan memiliki jumlah, hasil, serta ukuran lalu berbeda antara bagian atau perseorangan yang tidak sama. Objek penelitian juga dapat mencakup rancangan yang mempunyai banyak dari satu jumlah yang relevan. Pada penelitian ini, objek yang diamati mencakup "Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, dan Nilai Perusahaan". Variabel independennya adalah Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan, sementara variabel dependennya adalah Nilai Perusahaan.

### **Jenis dan Sumber Data**

Pada eksplorasi ini, jenis keterangan yang digunakan yaitu data sekunder. Data sekunder sebagai informasi yang diperoleh melalui sumber telah dimiliki dan tidak diberikan langsung kepada peneliti. Data tersebut diperoleh melalui dokumen serta asal lain yang telah ada sebelumnya, semacam laporan, publikasi, basis data, atau dokumentasi lainnya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk menganalisis dan mengevaluasi informasi yang sudah dihimpun oleh lain pihak untuk target yang berbeda

### **Populasi**

Menurut Sugiyono (2015) dalam (Rahman, 2019), konsep populasi merujuk pada kawasan umum dimana meliputi entitas atau pokok melalui kualitas serta sifat tertentu yang digunakan peneliti dalam penelitian dan untuk mengambil kesimpulan. Dalam pengkajian ini, komunitas terdiri dari usaha dengan bagian *Consumer Non-Cylical* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia hingga tahun 2022, dengan total jumlah perusahaan sebanyak 122.

### **Sampel**

Menurut Sugiyono (2015) dalam (Rahman, 2019), sampel yaitu sebagian dari beberapa dan sifat yang dimiliki dalam populasi secara keseluruhan. Proses pilihan sampel dilaksanakan menggunakan teknik *purposive sample*, di mana peneliti memilih sampel beralaskan kualifikasi yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dalam pengkajian ini, hasil seleksi menyertakan total 22 perseroan bagian *Consumer Non-Cylical* yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022.

### **Statistik Deskriptif**

Pada bukunya dengan judul "Pogram Analisis *Multivariate* menggunakan Aplikasi IBM SPSS 25", Ghazali (2018) menjelaskan jika statistik deskriptif sebagai metode statistik mampu digunakan sebagai menghadirkan refleksi atau deskripsi tentang informasi. Hal ini dilakukan demi melihat angka seperti rerata (*mean*), *standart* deviasi, motif, nilai tertinggi serta terendah, jumlah, rentang, keruncingan, dan *skewness* (menyimpangan).

### **Uji Asumsi Klasik**

Tujuan dari uji ini adalah berfungsi mengukur bila acuan regresi sedang dimanfaatkan kepada penelitian ini menangkup syarat. Dugaan klasik terbilang diuji melalui beberapa pengujian, termasuk uji distribusi normal, uji validasi multikolinearitas, uji korelasi autokorelasi, dan uji varians heteroskedastisitas.

### **Uji Normalitas**

Uji yang digunakan supaya mengevaluasi bila faktor pengacau atau sisa dalam model regresi mempunyai penyaluran yang wajar atau tidak. Sebuah model degenerasi dianggap wajar jika keterangan yang digunakan memiliki distribusi wajar (Ghozali, 2018). Uji normalitas dapat dilihat dari diseminasi informasi (titik) terhadap poros diagonal dalam diagram :

- Bila data tersebar disekeliling garis lintang bujur serta membututi arah garis lintang bujur, ini memperlihatkan pola penyebaran wajar dan mampu diputuskan jika model mencakup dugaan normalitas.
- Bila data tersebar melampaui terhadap garis lintang bujur bahkan tidak membayangi haluan garis, ini memperlihatkan bahwa contoh distribusi tidak wajar dan mampu diputuskan bila model ini tidak mencakup dugaan normalitas.

### **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dipakai sebagai menentukan bahwa adanya koneksi antara faktor mandiri pada model. Suatu model dianggap wajar jika tiada hubungan antara faktor mandiri. Ketika dipunyai hubungan antara faktor mandiri, faktor-faktor demikian bukan bersifat orthogonal. Faktor yang bersifat orthogonal merupakan faktor mandiri dimana hanya mempunyai nilai hubungan antara faktor mandiri sebesar 0 (Ghozali, 2018). Dalam mengobservasi keberadaan multikolinearitas, mampu diperhatikan pada angka toleransi dan faktor inflasi varian (VIF), yaitu:

- Bila angka toleransi melampaui tinggi terhadap 0,10 dan angka faktor inflasi varian (VIF) dibawah terhadap 10, maka belum ada indikasi uji tersebut.
- Namun,Bila angka toleransi dibawah pada 0,10 dan angka VIF melampaui besar pada 10, maka terdapat indikasi dimiliki multikolinearitas.

### **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk menentukan apakah terjadi hubungan melalui diantara ketidaksesuaian pengacau melalui waktu t terhadap kegagalan pengacau saat waktu t lebih dahulu. Hal tersebut terjadi ketika nilai sisa bukan independen antara satu pengujian dengan pengujian yang lain. Sebuah model dianggap wajar jika lepas pada autokorelasi. Untuk mendeteksi keberadaannya, bisa digunakan uji DW. Pernyataan mengenai adanya atau belum dimiliki autokorelasi mampu diambil sebagai contoh:

- Bila angka *Durbin-Watson* (D-W) disekitar turun -2, itu menunjukkan adanya indikasi positif.
- Bila angka D-W berada disekitar -2 sampai +2, itu menunjukkan bahwa bukan ada indikasi.
- Namun, Bila angka D-W disekitar di atas +2, itu menunjukkan adanya indikasi autokorelasi negatif.

### Uji Heterokedastisitas

Uji ini dilakukan sebagai menentukan apabila terdapat ketidakseragaman varian sisa antara satu uji dengan uji lain terhadap suatu model. Sebuah model dikatakan wajar bila bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi keberadaan hal tersebut, mampu diperhatikan melalui grafik (*scatterplot*) melalui angka prediksi faktor mandiri (ZPRED) serta residual (SRESID) (Ghozali, 2018). Berdasarkan penelitian tersebut, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Jika terdapat pola yang konsisten, menyerupai bintang-bintang dimana membangun model berkelompok dengan variasi serta berubah-ubah (misalnya berlekak-lekuk, berkembang lalu mengecil), hal tersebut menunjukkan adanya indikasi uji.
- Namun, bila belum ada bentuk yang menyerupai dan bintang-bintang tersebar secara acak di atas dan di bawah nilai 0 dalam sumbu Y, bahwa belum ada indikasi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Pada dasarnya, pengujian yang digunakan sebagai mengevaluasi hubungan atau akibat antara satu bahkan melebihi variabel independen dengan faktor dependen (Ghozali, 2018). Model persamaan regresi pada manfaat untuk menguji korelasi terhadap faktor tidak mandiri dengan faktor mandiri melalui pengkajian dapat dinyatakan dengan hal:  $Y = \alpha + \beta_1ROA + \beta_2DER + \beta_3SG + \varepsilon$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan (PBV)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, 2, 3$  = Koefisien regresi

ROA = Profitabilitas

DER = *Leverage*

SG = Pertumbuhan Penjualan

$\varepsilon$  = error

### Uji Hipotesis

Uji ini adalah hal tanggapan temporer kepada perumusan masalah dimana sudah ditetapkan melalui sebuah pengujian. Rumusan masalah penelitian umumnya berbentuk pertanyaan. Hipotesis dianggap sebagai jawaban sementara soalnya beralaskan melalui teori pada memadai bahkan tidak didukung oleh kesesuaian nyata dimana didapat diantara pengumpulan informasi (Nugroho, 2018).

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

(R<sup>2</sup>) dipakai sebagai meninjau seberapa besar model dapat menginformasikan model terhadap faktor tidak mandiri (Ghozali, 2018). Nilai R<sup>2</sup> termasuk himpunan meregang melalui 0 serta 1. Bila angka R<sup>2</sup> dibawah, maka ketahanan faktor mandiri saat menginformasikan jenis faktor tidak mandiri menjadi sedikit. Di sisi lain, bila angka R<sup>2</sup> melekat satu, ini memperlihatkan jika faktor mandiri menyalurkan semua data pada tempat yang dipakai sebagai memperkirakan jenis dalam faktor tidak mandiri.

### Uji Statistik T (Parsial)

Uji ini dipakai sebagai observasi seberapa banyak akibat perseorangan dalam satu faktor mandiri dalam menjelaskan jenis dalam faktor mandiri (Ghozali, 2018). Keputusan diambil berdasarkan kriteria berikut ini:

- Dugaan nol (H<sub>0</sub>) ditolak dan dugaan alternatif (H<sub>a</sub>) diterima bila angka t hitung melampaui dari nilai t tabel atau jika angka signifikansi dibawah terhadap 0,05. Ini menunjukkan bahwa secara sebagian variabel independen memiliki dampak yang cukup baik pada variabel dependen.
- Dugaan nol (H<sub>0</sub>) diterima serta dugaan alternatif (H<sub>a</sub>) ditolak bila angka t hitung dibawah pada angka t tabel bahkan bila angka signifikansi diatas angka 0,05. Ini menunjukkan bahwa secara sebagian faktor mandiri tiada mempunyai dampak yang besar kepada faktor mandiri.

### Uji Statistik F (Simultan)

Uji statistik F dilakukan supaya menguji apabila semua faktor mandiri saat bersama-sama disebut juga simultan memiliki pengaruh terhadap faktor tidak mandiri (Ghozali, 2018). Keputusan diambil berdasarkan kriteria berikut ini:

- Dugaan nol (H<sub>0</sub>) ditolak serta dugaan alternatif (H<sub>a</sub>) diterima bila angka (F hitung) diatas dari angka (F tabel) bahkan jika nilai signifikansi diatas angka 0,05. Maka menunjukkan bahwa secara gabungan variabel independen memiliki dampak kepada faktor dependen.

- Dugaan nol ( $H_0$ ) diterima serta dugaan alternatif ( $H_a$ ) ditolak bila angka (F hitung) dibawah pada angka (F tabel) atau jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa secara simultan faktor mandiri tiada mempunyai dampak kepada faktor tidak mandiri.

#### IV. HASIL

##### 1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (Parsial)

- 1) Profitabilitas

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

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757	.573	.569	6.758941099107840

a. Predictors: (Constant), X1 (ROA)

Dalam hasil R square terdapat nilai yang didapat sebanyak 0.573, dimana menunjukkan bahwa sebagian banyak, atau sekitar 57.3%, variasi dalam nilai perusahaan mampu dipengaruhi oleh ROA. Sisanya sebesar 42.7% merupakan variasi yang mampu dipengaruhi oleh ROA dan mungkin dijelaskan oleh variabel diluar.

- 2) Leverage

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

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.424	.180	.171	9.370573106442153

a. Predictors: (Constant), X2 (DER)

Dalam kolom R square terdapat angka koefisien determinasi sebanyak 0.180, dimana menjelaskan jika secara parsial, dampak DER menuji nilai perusahaan adalah sekitar 18%. Sisanya sebesar 82% merupakan variasi yang tidak dipengaruhi oleh DER dan mungkin dijelaskan kepada variabel lainnya.

- 3) Pertumbuhan Penjualan

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

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.140	.020	.008	10.246795510218917

a. Predictors: (Constant), X3 (PERTUMBUHAN PENJUALAN)

Dalam kolom R square terdapat angka koefisien determinasi sebanyak 0.20, dimana memproyeksikan bila secara parsial, dampak pertumbuhan penjualan ke nilai perusahaan adalah sekitar 20%. Sisanya sebesar 80% merupakan variasi yang tidak dipengaruhi oleh DER dan mungkin dijelaskan pada variabel lain.

• Uji Koefisien Determinasi (Simultan)

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872	.761	.753	5.117519680734820

a. Predictors: (Constant), X12 (ROA), X2 (DER), X4 (PERTUMBUHAN PENJUALAN)  
 b. Dependent Variable: Y(Nilai Perusahaan)

Melalui hitungan uji (R2) di atas, nilai (*Adjusted R Square*) (R2) diketahui sebesar 0,753. Hal ini menunjukkan tingkat kedekatan yang sangat kuat dari koefisien R2 dan mengindikasikan bahwa pengaruh dari variabel bebas, yaitu ROA sebagai proksi profitabilitas, DER sebagai proksi *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan oleh PBV, adalah sebesar 75,3%. Sisanya, sekitar 24.7%, dampak bagi faktor lain yang tidak termasuk ke isi model percobaan ini.

2. Tabel Uji Hipotesis

• Uji T

**Hasil Uji Statistik t (t-test)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-8.935	1.084		-8.245	.000
X1 (ROA)	106.101	7.576	.748	14.004	.000
X2 (DER)	4.176	.527	.423	7.926	.000
X3 (PERTUMBUHAN PENJUALAN)	-7.162	3.544	-.108	-2.021	.046

Berdasarkan hasil uji statistik t diatas maka kesimpulan hipotesis yang diperoleh sebagai berikut :

**a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Mengikuti pokok tabel uji t di terlihat, mampu diamati jika faktor yang diproksikan menggunakan ROA (*Return On Asset*) mempunyai tingkat signifikansi sebanyak 0.000 serta angka t<sub>hitung</sub> sebanyak 14,004. Sebagai membandingkannya dengan angka dari t<sub>tabel</sub> dimana diperoleh menggunakan rumus ( $df = n - k - 1$ ), kita menggunakan nilai  $df = 88 - 3 - 1 = 84$ , membuat diperoleh angka t<sub>tabel</sub> sebanyak 1,98861. Atas hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa "secara parsial, profitabilitas yang diproksikan oleh ROA (H1) mempunyai dampak positif serta besar kepada nilai perusahaan". Hal tersebut disimpulkan berdasarkan fakta bahwa dasar signifikansi  $0,000 < 0,05$  serta angka t<sub>hitung</sub>  $14,004 > t_{tabel}$  1,98861.

**b. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Mengikuti perolehan tabel test t di atas, mampu diperhatikan jika faktor *Leverage* yang diproksikan dengan rasio DER mempunyai tingkat pengaruh sebesar 0,000 serta angka t<sub>hitung</sub> sebanyak 7,926. Untuk membandingkannya dengan nilai dari t<sub>tabel</sub> yang diperoleh menggunakan rumus ( $df = n - k - 1$ ), kita menggunakan nilai  $df = 88 - 3 - 1 = 84$ , dimana diperoleh angka t<sub>tabel</sub> sebanyak 1,98861. Dengan mempertimbangkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa "secara parsial, *Leverage* menggunakan oleh DER (H2) mempunyai dampak positif dan baik kepada nilai perusahaan". Kesimpulan ini didasarkan pada fakta bahwa tingkat  $0,000 < 0,05$  serta angka t<sub>hitung</sub>  $7,926 > t_{tabel}$  1,98861.

**c. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan**

Beralaskan perolehan tabel di atas, ditemukan jika variabel yang diproksikan dengan *sales growth* mempunyai tingkat signifikansi sebanyak 0,046 kemudian angka  $t_{hitung}$  sebanyak -2,021. Untuk membandingkannya dengan nilai dari  $t_{tabel}$  yang diperoleh menggunakan rumus ( $df = n - k - 1$ ), kita menggunakan nilai  $df = 88 - 3 - 1 = 84$ , makanya diperoleh angka  $t_{tabel}$  dengan 1,98861. Melalui hasil itu, bisa diketahui dimana "secara terpisah, Pertumbuhan penjualan telah diproksikan oleh *sales growth* (H3) mempunyai dampak negatif juga signifikan kepada nilai perusahaan". Kesimpulan tersebut didasarkan pada fakta jika signifikansi  $0,046 < 0,05$  serta angka  $t_{hitung} -2,021 < t_{tabel} -1,98861$ .

• Uji F

**ANOVA**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7011.197	3	2337.066	89.238	.000 <sup>a</sup>
	Residual	2199.877	84	26.189		
	Total	9211.074	87			

a. Dependent Variable: Y(Nilai Perusahaan)

b. Predictors: (Constant), X1 (ROA), X2 (DER), X3 (PERTUMBUHAN PENJUALAN)

Sumber : Olahan SPSS 25

Melalui percobaan uji statistik F di atas, ditemukan jika hasilnya adalah 0,000 dan nilai  $F_{hitung}$  adalah 89,238. Untuk membandingkannya, kita menggunakan angka  $F_{tabel}$  yang didapat dari ( $df1 = K - 1$ ) dan ( $df2 = n - k - 1$ ), di mana  $df1 = 4 - 1 = 3$  dan  $df2 = 88 - 3 - 1 = 84$ , membuat angka  $F_{tabel}$  sebanyak 2,713227.

Berdasarkan analisa, dapat disimpulkan jika " simultan (bersama-sama), faktor Profitabilitas, *Leverage*, serta Pertumbuhan Penjualan (H4) mempunyai dampak positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan". Kesimpulan ini didasarkan pada fakta jika hasil yang diuji,  $0,000 < 0,05$ , serta angka  $F_{hitung} 89,238 > F_{tabel} 2,713227$ .

**IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis menyimpulkan mengenai pengaruh variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, *leverage* yang diproksikan dengan DER, dan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan sebagai berikut:

1. Dalam pengujian hipotesis pertama (H1), ditemukan bahwa faktor profitabilitas ditunjukkan melalui ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka dapat dilihat dari angka sebesar  $0,000 < 0,05$  serta angka  $t_{hitung} 14,004 > t_{tabel} 1,98861$ .
2. Dalam pengujian hipotesis kedua (H2), ditemukan bahwa faktor leverage diperlihatkan DER juga mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Mampu dapat dilihat dari angka sebesar  $0,000 < 0,05$  serta angka  $t_{hitung} 7,926 > t_{tabel} 1,98861$ .
3. Dalam pengujian hipotesis ketiga (H3), ditemukan bahwa pertumbuhan penjualan dijelaskan oleh sales growth memiliki dampak negatif serta signifikan terhadap nilai perusahaan. Bisa dapat dilihat dari angka sebanyak  $0,000 < 0,05$  serta angka  $t_{hitung} -2,021 < t_{tabel} -1,98861$ .
4. Dalam pengujian hipotesis keempat (H4), ditemukan bahwa (bersama-sama), faktor profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan berdampak positif lalu signifikan terhadap nilai perusahaan. Dijelaskan oleh diamati angka sebesar  $0,000 < 0,05$  serta angka  $F_{hitung} 89,238 > F_{tabel} 2,713227$ .

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ari Supeno. (2022). Determinasi Nilai Perusahaan dan Struktur Modal: Profitabilitas dan Likuiditas pada Perusahaan Perkebunan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 240–256. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.743>
- Buntu, B. (2023). Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Profitabilitas Pada PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.55049/jeb.v15i1.142>
- Dhea, M., & Sasi, A. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(1), 1–21.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Firmansyah, A. F. (2020). *Kajian Dampak Trough Flight Plan Terhadap Pemberian Pelayanan Air Traffic Service Di Air Traffic Service Reporting Office Perum Lppnpi Cabang Denpasar*.
- Fitroh, A. K., & Fauziah, F. E. (2022). Pengaruh Return on Asset, Firm Size dan Price Earning Ratio Terhadap Return Saham. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 1(1), 135–146. <https://doi.org/10.34001/jrei.v1i1.157>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hasna sri wahyuli. (2019). *Analisis Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas Pada PT. Semen Bosowa Maros*. 5.
- Herawati, H. (2023). Pentingnya Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Suatu Perusahaan. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 17–18. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i1.3209>
- Irfani, A. S. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis Teori dan Aplikasi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Janamarta, S., & Lestari, O. dwi. (2021). Pengaruh Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan ( Studi Kasus PT . Adilmart -Tangerang Production Department ). 1(1).
- Janamarta, S., Tholok, F. W., & Dharma, U. B. (2022). *Level of Satisfaction , Motivation , Teacher Profession and Providing Financial Compensation in Improving Teacher Performance ( Survey Conducted on Private High School Teachers in Tangerang City , Banten Province )*. 3, 1–11.
- Janamarta, S., Tjong Se Fung, & Tholok, F. W. (2019). Pengaruh Penanganan Komplain Dan Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Biro Administrasi Akademik Universitas Buddhi Dharma ( Survei Mahasiswa Program Studi Manajemen ). Pengaruh Penanganan Komplain Dan Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Biro Administrasi Akademik Universitas Buddhi Dharma (Survei Mahasiswa Program Studi Manajemen, 17(1), 71–81.
- Kenia Intan. (2021). *Sektor consumer non-cyclicals tertekan sejak awal tahun, ini pemberatnya*. Kontan.Co.Id. <https://investasi.kontan.co.id/news/sektor-consumer-non-cyclicals-tertekan-sejak-awal-tahun-ini-pemberatnya?page=1>
- Mochamad Nashrullah, Okvi Maharani, Abdul Rohman, Eni Fariyatul Fahyuni, Nurdyansyah, R. S. U. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan. In *UMSIDA Press*.
- Nabila Barnades, A., & Suprihhadi, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei Periode (2014-2018). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–20.
- Nirawati, L., Samsudin, A., Stifanie, A., Setianingrum, M. D., Syahputra, M. R., Khrisnawati, N. N., & Saputri., Y. A. (2022). Profitabilitas dalam perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 60–68.

- Nugroho, U. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN JASMANI*.
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Yudha Swalayan Jakarta. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 4(2), 257–264. [www.bsi.ac.id](http://www.bsi.ac.id)
- Samsurijal Hasan, Elpisah, Joko Sabtohadhi, N., & Abdullah, F. (2022). *Manajemen Keuangan* (S. A. M. M. Dr. H. Fachrurazi (ed.)). CV. PENA PERSADA.
- Sitorus, J. (2019). MANAJEMEN DALAM KONTEKS PENGEMBANGAN ORGANISASI. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Keislaman*, 8(1), 71–85.
- Sugandha, S. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus di PT. KEONG NUSANTARA ABADI). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 38–47.
- Sugesti, kanti alifia. (2020). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan , Leverage , Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Alifia Kanti Sugesti S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa Arya Samudra Mahardhika ., S . E ., M . Sc ., Ak ., CA . SI .* 1–15.
- Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Wiryadi, A. Y. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2014 - 2018*. 11–35. [https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/13397/11. BAB II.pdf?sequence=11&isAllowed=y](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/13397/11.BAB%20II.pdf?sequence=11&isAllowed=y)