

SKRIPSI

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG
KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2019-2021)**



**RESTIANA MAIKAR SARI
1810321017**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG
KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA PERIODE 2019-2021)**



**RESTIANA MAIKAR SARI
1810321017**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021)

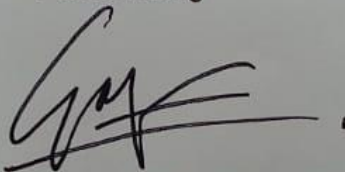
Disusun dan diajukan oleh

RESTIANA MAIKAR SARI
1810321017

Telah diperiksa dan telah diuji

Makassar, 05 September 2022

Pembimbing



Muhammad Gafur Kadar, S.E., M.Si., CTA., ACPA
NIDN : 0917128302

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



PRODI AKUNTANSI
Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN: 0925107801

SKRIPSI

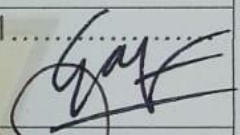
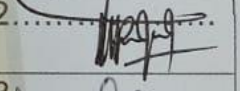
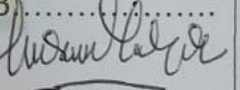
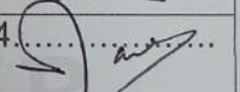
PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021)

Disusun dan diajukan oleh

RESTIANA MAIKAR SARI
1810321017

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal **05 September 2022** dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Muhammad Gafur, SE., M.Si., CTA., ACPA NIDN: 0917128302	Ketua	1..... 
2.	Nur Aida, SE., M.SA., CTA., ACPA NIDN: 0903037902	Sekretaris	2..... 
3.	Muhammad Cahyadi, SE., M.Si., AAAIJ., QIP NIDN: 0911077502	Anggota	3..... 
4.	Dr. Abdul Samad A, S.E., M.Si NIDN: 0919067801	Eksternal	4..... 

Dekan Fakultas Ekonomi
Dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar


Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0925096902

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar


Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN: 0925107801

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Restiana Maikar Sari

Nim : 1810321017

Program Studi : S1 Akuntansi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021. Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 05 September 2022

Yang membuat pernyataan


Restiana Maikar Sari

PRAKATA

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, tuntunan dan pemeliharaan-nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.

Adapun tujuan dari Skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Universitas Fajar Makassar.

Penulisan Skripsi ini dapat terwujud atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah tulus ikhlas memberikan sumbangan berupa pikiran, motivasi dan nasihat. Untuk semua itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua saya, Ayah Mahlon S.Sos dan Ibunda Ijawati S.pd yang telah membesarkan dan mendidik saya secara ikhlas serta memberikan patua, motivasi dan doa yang tiada henti-hentinya.

Doa ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Fajar
2. Ibu Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar.
3. Ibu Yasmi, S.E.,M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA selaku Ketua Program Studi Akuntansi S1 Universitas Fajar.
4. Bapak Muh. Ridwan Hasanuddin, S.E.,M.Si., Ak., CA.,CTA.,ACPA selaku Dosen Penasehat Akademik.

5. Bapak Muhammad Gafur, S.E., M.Si., CTA., ACPA selaku pembimbing saya, terimakasih banyak telah menjadi pembimbing saya mulai dari awal pengajuan judul hingga sampai dengan penyusunan skripsi.
6. Kepada kakak Hendri Dunan Mampori, S.Kep.,Ns yang telah memberikan dukungan serta doa selama penyusunan proposal skripsi ini
7. Kepada kakak Rifaldi Patria, S.E yang telah memberikan bantuan sumbangsi berupa arahan dan motivasi selama penyusunan laporan ini.

Semoga semua pihak mendapatkan kebaikan dari-nya atas bantuan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini masi jauh dari kata sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam di dalamnya sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan laporan ini.

Makassar, 05 September 2022

Restiana Maikar Sari

ABSTRAK

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021)

**Restiana Maikar Sari
Muhammad Gafur**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. penelitian dilakukan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2019-2021. Sampel berjumlah 27 perusahaan dipilih secara *purposive sampling*, sehingga diperoleh 81 pengamatan. Dari hasil pengolahan menggunakan aplikasi SPSS terdapat data yang tidak terdistribusi normal sehingga terdapat 2 perusahaan dikeluarkan dari sampel penelitian. Hasil uji dilakukan kembali setelah 2 perusahaan dikeluarkan dari sampel penelitian, sehingga diperoleh hasil sampel berjumlah 25 perusahaan dipilih kembali secara *purposive sampling*, sehingga diperoleh 75 pengamatan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan dan profitabilitas, sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas

ABSTRACT

The Effect of sales growth and profitability on company value in consumer industry sector companies listed on the Indonesian Stock Exchange for the 2019-2021 period.

***Restiana Maikar Sari
Muhammad Gafur***

The purpose of this study is to determine the effect of sales growth and profitability on firm value, the effect of sales growth on firm value, and the effect of profitability on firm value. The research is conducted on companies in the consumer goods industry sector for the period 2019-2021. The sample amounted to 27 companies selected by purpose sampling. In order to obtain 81 observation. From the result of processing through the SPSS application, there were data that are not normally distributed so that there were 2 companies excluded from the research sample. The results of the test were carried out again after the 2 companies were removed from the research sample. In order to obtain a sample of 25 companies which were re-selected by purpose sampling. So that 75 observations were obtained. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The independent variable in this study are growth and profitability, while the dependent variable is firm value.

Research results show that sales growth together has a significant positive effect on firm value. Sales growth partially has an insignificant negative effect on company value and profitability partially has a significant positive effect on firm value.

Keywords : Company Value, Sales Growth, Profitability

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAM JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR DOKUMENTASI	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan praktis	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep.....	9
2.1.1 Teori Sinyal (Signalling Theory)	9
2.1.2 Nilai perusahaan	9
2.1.3 Pertumbuhan Penjualan	12
2.1.4 Profitabilitas	13

2.2 Tinjauan Empirik	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	16
2.4 Defenisi Operasional.....	18
2.5 Hipotesis.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Tempat dan Waktu.....	21
3.3 Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi	21
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.5 Teknik pengumpulan data	27
3.6 Pengukuran Variabel	27
3.6.1 Variabel independen.....	27
3.6.2 Variabel dependen	28
3.7 Metode Analisis Data	29
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	29
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	29
3.7.3 Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Profil Perusahaan	33
4.1.2 Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia	39
4.2 Deskripsi Data atas Variabel Penelitian	40
4.2.1 Deskripsi Data variabel Pertumbuhan Penjualan (X1)	40
4.2.2 Deskripsi Data Variabel Profitabilitas (X2)	42
4.2.3 Deskripsi Data Varabel Nilai Perusahaan (Y)	43

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.3.1 Uji Normalitas	45
4.3.2 Uji Multikolinearitas	47
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	47
4.3.4 Uji Autokolerasi	48
4.4 Pembahasan	49
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif	49
4.2.2 Hasil Pengujian Hipotesis	51
4.2.3 Interpretasi Hasil Penelitian	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Halaman

Table 2.1 Fenomena Turunnya Harga Saham.....	3
Tabel 2.2 Tinjauan Empirik	14
Table 3.1 Daftar Perusahaan Sektor Industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-2021	22
Tabel 3.2 Sampel Penelitian	25
Tabel 3.3 Daftar Sampel Penelitian	26
Tabel 4.1 Data Variabel Pertumbuhan Penjualan	40
Tabel 4.2 Data Variabel Prifitabilitas	42
Tabel 4.3 Data Nilai Perusahaan	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas setelah pengamatan dikurangi Data Outlier	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokolerasi.....	48
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif	49
Tabel 4.10 Hasil Koefficientas Regresi.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.13 Hasil Analisis Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Grafik rata-rata nilai perusahaan sektor Industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	17

DAFTAR DOKUMENTASI

Halaman

Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan Sektor Industri	
Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Burs Efek Indonesia.....	61
Lampiran 2 Daftar Nama Perusahaan Yang dijadikan Sampel	63
Lampiran 3 Daftar Nama Perusahaan Yang Mempunyai Data Outlier.....	64
Lampiran 4 Hasil Uji Olah data SPSS	66

BAB 1

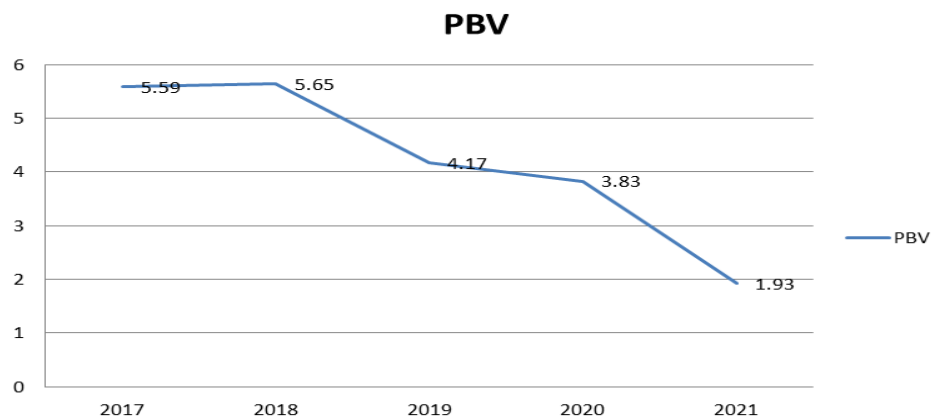
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah organisasi yang membuat keuntungan dengan menjual barang dan jasa kepada pelanggan korporat. Persaingan antar perusahaan semakin ketat. Salah satu inisiatif perusahaan adalah menjadi perusahaan Go publik. Penawaran umum kadang-kadang disebut sebagai kegiatan di mana perusahaan meminta saham untuk penawaran umum. Perusahaan ini tercatat di bursa sebagai perusahaan publik terutama karena harga sahamnya telah meningkat sebagai akibat dari pengungkapannya Industri Barang Konsumsi meliputi industri makanan dan minuman, industri tembakau, industri farmasi, kosmetik dan produk rumah tangga, industri elektronik konsumen dan subsektor lainnya. (Nagian Toni 2021. Penentu Nilai Perusahaan).

Tingginya harga saham meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kepercayaan pasar terhadap oprasional korporsi dan keberlangsungan masa depan (Silvia, N. T. (2021). *Determinan Nilai Perusahaan*). Dalam beberapa tahun terakhir nilai produsen di Sektor barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) turun. Penurunan sektor manufaktur pada sektor barang konsumsi dapat dilihat pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1 Rata- rata Nilai Perusahaan sektor industri consumer goods yang terdaftar di BEI Tahun 2019-2021



Sumber : www.idx.co.id (2022)

Dalam Gambar 1.1 kita dapat membaca bahwa nilai perusahaan, yang dinyatakan sebagai persentase nilai buku (PBV), menurun di Daftar Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia. Penurunan Nilai Perusahaan di sektor ini terjadi antara tahun 2018-2021. Penurunan nilai manufaktur terbesar di sektor *consumer goods* terjadi pada tahun 2021. Rata-rata jumlah perusahaan pada tahun 2020 adalah 3.83 tetapi pada tahun 2021 menurun menjadi 1.93. Penurunan nilai rata-rata dipengaruhi oleh beberapa perusahaan besar di sektor ini yang mengalami penurunan ekuitas. Penurunan kinerja konsumen akibat penurunan persediaan pada tahun 2021 disebabkan oleh penurunan konsumsi masyarakat, dan emiten konsumen terkena sentimen negatif akibat kenaikan harga bahan baku perusahaan untuk menyesuaikan harga jual. (*Fortuneidn.com*) Di bawah ini adalah beberapa perusahaan yang terkena dampak turunnya harga saham di Indeks Sektor Barang Konsumsi.

Tabel 2.1 Fenomena Turunnya Harga Saham

No	Perusahaan	Tahun	Modal saham	Pertumbuhan penjualan	Rdi	PBV
1	DLTA	2019	Rp 1.000.000.000	0.073	21.90	4.84
		2020	Rp 1.000.000.000	0.339	7.66	3.61
		2021	Rp 1.000.000.000	0.246	0.15	3.12
2	ROTI	2019	Rp 17.200.000.000	0.206	6.22	2.64
		2020	Rp 17.200.000.000	0.037	4.23	3.12
		2021	Rp 17.200.000.000	0.023	0.07	2.85
3	HMSP	2019	Rp 157.500.000.000	0.006	27.80	7.65
		2020	Rp 157.500.000.000	0.128	2.60	6.11
		2021	Rp 157.500.000.000	0.069	0.15	4.10
4	TCID	2019	Rp 804.266.668	0.058	7.05	1.10
		2020	Rp 804.266.668	0.290	-4.42	0.70
		2021	Rp 804.266.668	0.016	-0.01	0.58
5	UNVR	2019	Rp 7.630.000.000	0.026	35.30	46.50
		2020	Rp 38.150.000.000	0.001	34.40	43.20
		2021	Rp 38.150.000.000	0.079	0.30	29.40
6	MYOR	2019	Rp 75.000.000.000	0.040	0.03	5.09
		2020	Rp 75.000.000.000	-0.021	10.9	5.60
		2021	Rp 75.000.000.000	0.140	0.07	4.12

Sumber : www.idx.co.id (2022)

Perusahaan yang berfungsi dengan baik memiliki rasio PBV (harga terhadap nilai buku) lebih besar dari satu. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan pasar lebih besar dari nilai bukunya. Semakin tinggi PBV maka semakin tinggi nilai investor perusahaan dibandingkan dengan dana yang ditanamkan di perusahaan (KI Diantari, I.S. (2019). Opini Auditor dan Dampak Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan). Perusahaan-perusahaan dalam tabel di atas adalah PT. Pada tahun 2020 pertumbuhan penjualan DLTA, PT HMSP, dan PT TCID meningkat namun ROA dan nilai perusahaan lebih rendah dari tahun sebelumnya sehingga tingkat pertumbuhan penjualan pada tahun yang sama tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Di sisi lain, pada tahun 2021 ketiga perusahaan mencatatkan pertumbuhan penjualan, penurunan ROA dan penurunan nilai perusahaan. Hal yang sama berlaku untuk perusahaan. Sementara PT. ROTI menurun dari tahun ke tahun, nilai perusahaan meningkat. Jadi pada tahun 2020 pertumbuhan penjualan dan penurunan ROA tidak akan

mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan pertumbuhan pendapatan di tahun 2021 ROA akan turun lagi dan nilai perusahaan akan turun dari tahun ke tahun.

PT UNVR Pertumbuhan penjualan, ROA, Nilai Perusahaan tahun 2020 rendah dari tahun sebelumnya sehingga pertumbuhan penjualan dan ROA tahun 2020 mengakibatkan nilai perusahaan menjadi rendah. Pada tahun 2021 pertumbuhan penjualan meningkat, ROA akan menurun dan nilai perusahaan akan turun sehingga walaupun penjualan meningkat nilai perusahaan tidak akan berubah. PT. MAYOR Peningkatan ROA akan mempengaruhi nilai perusahaan termasuk penurunan pertumbuhan penjualan utama pada tahun 2020 peningkatan ROA, dan peningkatan nilai perusahaan dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan pada 2021 tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi, profitabilitas yang lebih rendah dan nilai perusahaan yang lebih rendah.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting untuk memungkinkan perusahaan menarik calon investor ke tingkat keberhasilannya. Hal ini sering dikaitkan dengan harga sahamnya (Weston dan Copeland, 1994:10). Fenomena turunnya harga saham suatu perusahaan tentunya menjadi masalah bagi perusahaan karena menjadi kurang menarik. Investor akan menarik sahamnya jika perusahaan dianggap tidak menguntungkan. Investor baru akan lebih berhati-hati dalam berinvestasi di perusahaan tersebut.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja masa lalu perusahaan dan pertumbuhan penjualan membantu memprediksi kinerja perusahaan di waktu yang akan datang. Daya saing perusahaan pun juga ditunjukkan melalui pertumbuhan penjualan (Sandag, N. J. (2015). Pertumbuhan penjualan merupakan pertanda baik bahwa investor mengharapkan pengembalian investasi mereka hal ini Menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki dampak positif pada nilai perusahaan.

Aspek Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mengelola sumber dayanya untuk meningkatkan pengembalian bagi investornya (BF Fista, D.W. (2017). Profitabilitas juga penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang. Profitabilitas menunjukkan apakah suatu perusahaan memiliki prospek masa depan yang baik Profitabilitas sendiri dapat dilihat pada Return on Assets (ROA).

Beberapa peneliti terdahulu menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh Salah satu kajian tentang nilai-nilai perusahaan adalah kajian yang dilakukan oleh (Hidayat, M. (2018). Dia mengatakan pertumbuhan penjualan sebagian berdampak positif pada nilai perusahaan. Menurut (Leang Andriani 2018) Profitabilitas yang dihasilkan oleh ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (Menurut Tamba, E.C., Pandiangan, L., Ginting, R.N., & Sitepu, W.R.B. (2020) hasil survei menunjukkan bahwa dampak pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan memiliki dampak positif parsial terhadap nilai perusahaan.

Kesimpulan hasil diatas yang dilakukan oleh peneliti terdahulu maka di ketahui bahwa pertumbuhan penjualan dan profitabilitas memiliki Jelas Dampak positif pada nilai perusahaan. Seperti penjelasan di atas indeks saham juga mengalami tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang 'Pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)'. Data perusahaan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek?
3. Apakah pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk Mengetahui dan mengukur profitabilitas nilai perusahaan perusahaan-perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dapat dibagi menjadi kegunaan teoretis dan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan perkembangan konsep mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Serta dapat Memberikan dukungan pemikiran untuk kemajuan dalam bidang akuntansi khususnya pada konsentrasi akuntansi manajemen.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penggunaan sebenarnya dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk penulis

Secara khusus menambah pengetahuan, wawasan, dan informasi bagi penulis tentang pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2021.

2. Untuk perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang perlu untuk dijadikan bahan pertimbangan oleh para pelaku bisnis untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka.

3. Untuk investor

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada investor tentang nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi sehingga dapat mengambil keputusan investasi yang permanen, membuka ruang untuk kerja sama yang saling menguntungkan.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

Tinjauan teori dan konsep pada penelitian ini dapat dilihat dari penjelasan dibawah ini :

2.1.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal menyarankan bagaimana perusahaan harus memaparkan data sebagai sinyal bagi pengguna laporan keuangannya. Hal ini merupakan bentuk laporan tentang setiap kegiatan manajer sehingga keinginan pemilik terpenuhi. Setiap manajemen pasti berusaha untuk memberikan laporan yang menarik bagi calon investor pemegang saham, terutama ketika informasi yang dirilis oleh perusahaan merupakan kabar baik. Salah satu cara dalam pensinyalan yaitu melalui pertumbuhan penjualan Terus menerus konsisten dengan peningkatan penjualan menarik investor. Hal ini dapat menaikkan harga saham perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Demikian pula profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik untuk masa depan dan dapat digunakan sebagai sinyal untuk meningkatkan nilai perusahaan kepada pemilik modal.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Penilaian keseluruhan investor terhadap kinerja perusahaan saat ini dan masa depan. Nilai suatu perusahaan terkait dengan melihat naik turunnya harga sahamnya di bursa. Jika harga saham bagus dan orang percaya maka orang akan membayar lebih. Hal ini sejalan dengan ekspektasi masyarakat akan imbal hasil yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan hasil dari niat pemilik dan merupakan kewajiban manajer sebagai agen pemilik kepercayaan oleh pemilik dan telah menjalankan perusahaan (Hermuningsih, S. (2012).

Menurut (Silvia, N. T. (2021) nilai suatu perusahaan adalah Harga yang bersedia dibayar pembeli di masa depan jika perusahaan tersebut dijual. Pembentukan harga di pasar pada dasarnya merupakan titik stabilitas permintaan dan titik stabilitas penawaran. Oleh karena itu, terdapat persediaan yang cukup antara emiten dan pasar modal untuk membeli dan menjual surat berharga di pasar modal. Investor atau sering disebut keseimbangan pasar. Oleh karena itu dalam teori peminjaman pasar modal, harga saham di pasar disebut dengan konsep nilai perusahaan. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai jumlah hutang dan ekuitas perusahaan. Dari pendapat-pendapat yang dikemukakan dapat kita simpulkan bahwa nilai harga yang bersedia dibayar pembeli di pasar modal di masa yang akan datang, khususnya harga saham.

Beberapa indikator rasio (Sukamulja, 2019; 103) yang dapat pakai mengukur atau menilai emiten perusahaan :

a. Laba per saham (EPS)

Rasio EPS Mengukur berapa banyak laba bersih perusahaan terkandung dalam satu saham yang diterbitkan. Ini digunakan oleh investor untuk menilai profitabilitas perusahaan.

$$\text{Earning per share} = \frac{\text{laba bersih}}{\text{Saham Beredar}}$$

b. Rasio harga-pendapatan (PER)

Price-earnings ratio (PER) adalah jumlah yang akan dibayar investor untuk pengembalian \$1 yang dilaporkan. PER merupakan penilaian harga saham dan laba per saham. Semakin tinggi nilai PER maka semakin tinggi harga per lembar saham dan sebaliknya. PER juga mencerminkan kenaikan penjualan dimana Semakin tinggi PER maka semakin mahal saham perusahaan namun semakin tinggi pula pertumbuhan perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan bagaimana rasio harga terhadap pendapatan dinilai terhadap

kelipatan pendapatan (harmono, 2015: 57 dalam Morasa 2019). Mengetahui besarnya PER memungkinkan calon investor mengetahui apakah harga suatu saham wajar menurut situasi saat ini bukan berdasarkan ekspektasi masa depan.

$$\text{Price to Earning Ration} = \frac{\text{Harga Per Saham}}{\text{Laba Per Saham}}.$$

c. Marketing to Book Ratio

Price-to-book ratio/price-to-book ratio merupakan rasio penting dalam menghitung nilai sebuah perusahaan. Nilai saham per saham dibandingkan dengan kekayaan bersih per saham. PBV adalah rasio harga saham, nilai pasar saham suatu perusahaan adalah kepercayaan investor terhadap perusahaan Dan mereka terus mengembangkan perusahaan. Semakin tinggi nilai PBV maka semakin tinggi harga per sahamnya dan sebaliknya. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula reputasi investor terhadap kinerja perusahaan. Nilai PBV lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan lebih tinggi dari nilai bukunya yang tercatat dalam laporan keuangannya.

$$\text{Market to Book Value} = \frac{\text{Harga per Saham}}{\text{Nilai Buku Persaham}}$$

d. Pertanyaan Tobin

Tobin's Q diciptakan oleh James Tobin untuk meningkatkan rasio pasar terhadap nilai buku. Dianggap lebih unggul dari rasio lainnya dengan menghitung nilai buku, termasuk nilai pasar perusahaan dan nilai utang perusahaan. Untuk MVE yang dihitung hanya total modal sebagai nilai buku perusahaan. Dihitung dengan membandingkan nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku saham perusahaan (Westondan Copeland, 2001).

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

2.1.3 Pertumbuhan penjualan

Menurut (Kamir 2012: 107), pertumbuhan penjualan menunjukkan seberapa besar suatu Suatu Sebuah perusahaan dapat meningkatkan penjualan dibandingkan dengan total penjualannya. Di sisi lain menurut Harahap (2009:309) pertumbuhan penjualan tahun ini lebih tinggi, sehingga pendapatan dari penjualan digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

(Mandalika, A. (2016) jika Pertumbuhan penjualan adalah indikator utama penerimaan pasar atas produk dan layanan perusahaan karena pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan pertumbuhan penjualan.

Pertumbuhan Penjualan menunjukkan bahwa daya saing perusahaan meningkat seiring dengan perubahan penjualan, kenaikan atau penurunan penjualan tahunan. Jika nilai perubahan penjualan tahun berikutnya lebih besar dari periode sebelumnya dan meningkat secara konsisten, maka tingkat pertumbuhan penjualan dapat meningkat (Hidayat, M. (2018). Peningkatan penjualan yang besar mencerminkan peningkatan pendapatan, sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat. pertumbuhan penjualan merupakan perubahan total penjualan perusahaan. Keberhasilan masa lalu dapat digunakan sebagai prediktor pertumbuhan penjualan yang tinggi, memberikan persepsi positif kepada investor dan mempengaruhi kenaikan harga saham.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = [\text{Penjualan I, t} - \text{Penjualan I, t} - 1] / [\text{Penjualan I, t} - 1]$$

Penjelasan :

Pertumbuhan Penjualan I, t = total penjualan perusahaan tahun ini.

Penjualan i, t – 1 = total penjualan perusahaan di masa lalu.

2.1.4 Profitabilitas

Menurut (Andrian, L. (2018) rasio profitabilitas dalam menghasilkan keuntungan selama suatu periode waktu, dan arti dari profitabilitas penting bagi suatu perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang. Hal ini karena menunjukkan apakah bisnis tersebut memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan di masa depan.

Profitabilitas dengan sendirinya menunjukkan Profitabilitas sangat penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang karena masa depan perusahaan baik. Semakin terjamin kelangsungan kegiatan usaha perusahaan dan semua perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan keuntungannya. Profitabilitas sendiri memiliki beberapa tujuan dan manfaat bagi pemilik perusahaan, pengelola dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam kaitannya dengan perusahaan. misalnya, Kemampuan perusahaan agar menghasilkan keuntungan selama periode waktu tertentu. menilai kinerja laba perusahaan untuk tahun sebelumnya. Mengevaluasi tren penjualan untuk tahun berjalan.

a. Jenis profitabilitas

Adapun jenis profitabilitas diantaranya :

1. Profit margin atau margin keuntungan adalah keuntungan yang merupakan rasio untuk mengukur margin penjualan.
2. Return on Investment (ROI) atau pengembalian investasi adalah rasio yang menunjukkan return on total assets atau pengembalian dari seluruh aset yang dimiliki perusahaan
3. ROE adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap ekuitas.

4. EPS atau rasio laba per saham atau buku adalah ukuran apakah manajemen telah mencapai pengembalian pemegang saham.

2.2 Tinjauan Empirik

Tidak terlepas dalam melakukan penelitian dari penelitian yang bertujuan untuk memperkuat hasil penelitian. Ada beberapa tinjauan empirik yang menjadi dasar kerangka dalam penulisan ini.

Tabel 2.1 Tinjauan Empirik

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Elida Crisna Tamba dkk (2020)	Kebijakan Dividen Pertumbuhan Pendapatan BEI, Profitabilitas, Likuiditas dan Nilai Produsen	Profitabilitas, pertumbuhan penjualan, kebijakan dividen, likuiditas, nilai perusahaan	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan pendapatan tidak berpengaruh secara parsial atau tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas, sebagian, memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.
2	Leang Andriani (2018)	Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Menggunakan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Riset Empiris pada Anak Perusahaan, Sektor Real Estate, dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2016)	Penjualan Profitabilitas, Pertumbuhan, Nilai Perusahaan, Kebijakan Dividen	Profitabilitas yang dihasilkan oleh ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

3	Muhammad Hidayat (2018)	Manajemen pajak atas dampak nilai perusahaan produsen BEI, pertumbuhan pendapatan, dan ukuran perusahaan periode 2014-2016	Manajemen Pajak, Pertumbuhan Pendapatan, Ukuran perusahaan, nilai perusahaan	Pertumbuhan penjualan memiliki dampak positif pada nilai perusahaan sebagian.
4	Mawar Sharon R Pantau pantow, Sri Murni, Irvan Trang (2015)	Analisis pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, pengembalian aset, dan struktur modal Mengenai nilai-nilai perusahaan yang tercantum dalam LQ 45.	Pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, Pengembalian aset, struktur Modal dan nilai perusahaan yang terdaftar di LQ45.	Pertumbuhan laba akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan dari perusahaan yang terdaftar di LQ45.
5	Bella Febriana dan Dini Widyawati (2017)	Dampak Kebijakan Dividen atas pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan dari perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011 hingga 2015	Kebijakan Dividen, Tingkat Pertumbuhan Laba, Profitabilitas, Nilai Perusahaan	Hipotesis penelitian ini adalah Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tingkat signifikansi 0,041. Profitabilitas juga memiliki dampak positif pada nilai perusahaan. pada taraf signifikansi 0,047

2. 3 Kerangka pemikiran

kerangka konseptual untuk menghubungkan variabel penelitian dikembangkan. Studi ini melihat bagaimana peningkatan penjualan dan laba mempengaruhi Perusahaan.

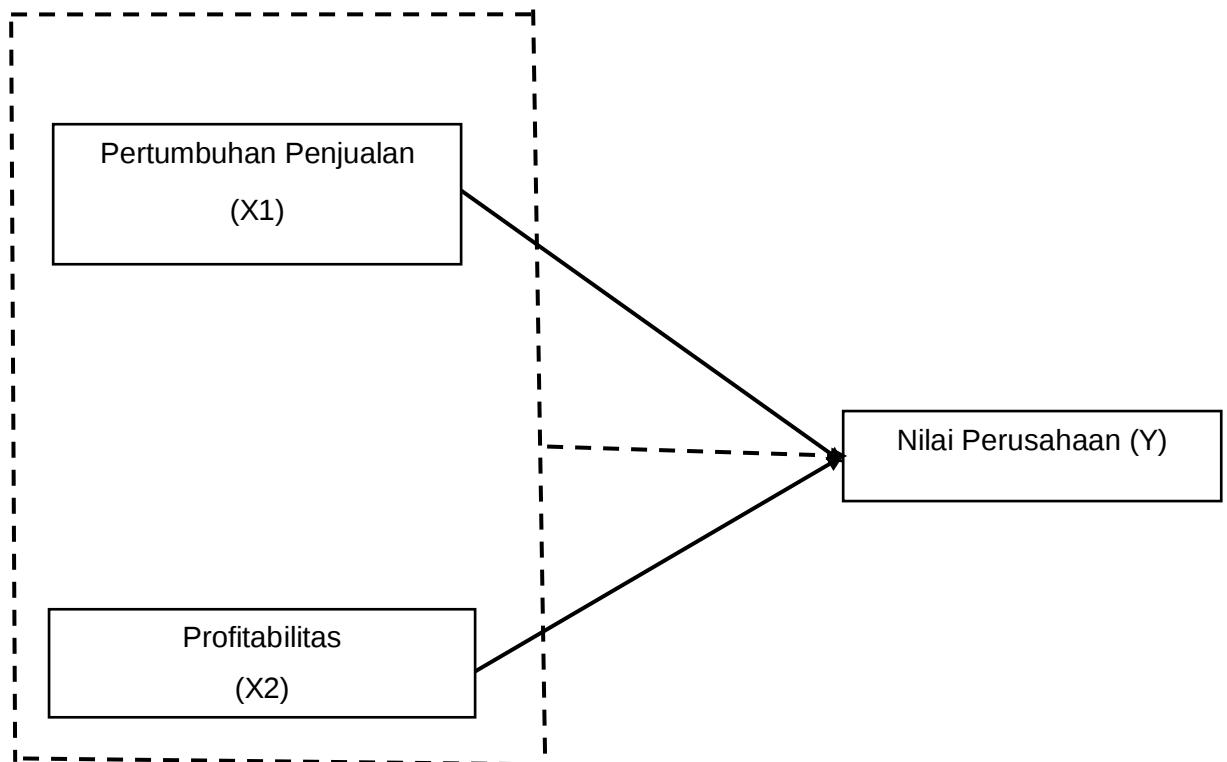
2.3.1 Dampak pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi masa lalu dan dapat dilihat sebagai indikasi pertumbuhan di masa depan. Berita ini dapat memberikan kepercayaan investor untuk berinvestasi di perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan nilai perusahaan.

2.3.2 Dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dari modal atau aset modal selama periode waktu tertentu.. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dan efisiensi laba perusahaan tinggi, dan dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan.

Gambar 2.1 kerangka pikir



Keterangan:

- - - - - Secara simultan

————— Secara parsial

2.4 Definisi operasional

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini dapat dilihat dan meliputi :

a. Pertumbuhan penjualan (X_1)

Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan penjualan tahunan atau sesekali memerlukan rencana untuk mencapai penjualan yang tinggi. Rencana penjualan tercermin dalam bentuk tujuan yang diharapkan dapat dicapai oleh perusahaan.

b. Profitabilitas (X_2)

kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (profit) selama periode waktu tertentu dan indeks rasio ROA digunakan untuk mengukur profitabilitas. Pengembalian aset ROA adalah rasio kemampuan perusahaan memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan.

c. Nilai Perusahaan (Y)

Hal ini dapat didefinisikan sebagai persepsi investor tentang keberhasilan pengelolaan sumber daya perusahaan tahun ini. Hal ini tercermin dari harga saham tahun sebelumnya. Nilai perusahaan didasarkan pada nilai pasarnya. Saham perusahaan mewakili kepemilikan perusahaan. Mereka

memberi investor hak untuk berbagi kesuksesan perusahaan. Perusahaan berarti perusahaan tersebut memiliki nilai yang tinggi pula.

2.5 Hipotesis

Ini adalah jawaban awal untuk masalah yang dihadapi dan harus diuji terhadap data yang lebih lengkap dan menguatkan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Rumusan hipotesis penelitian ini diberikan di bawah ini.

2.5.1 Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi masa lalu dan dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan di masa depan. Menurut sebuah penelitian (BF Fista, D.W. (2017)), pertumbuhan penjualan berdampak positif terhadap nilai perusahaan dan pertumbuhan positif dalam penjualan perusahaan membawa nilai yang signifikan bagi perusahaan dan meningkatkan kepemilikan perusahaan memberikan harapan masyarakat. Hasilnya berkorelasi positif dengan pertumbuhan penjualan (Pantow et al (2015). Salah satu tanda bahwa perusahaan memang tumbuh seiring dengan nilainya dapat dilihat dari pertumbuhan pendapatannya. Pertumbuhan penjualan biasanya digunakan oleh pemilik

perusahaan investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengkonfirmasi prospek perusahaan. Berdasarkan ini hipotesis berikut dapat ditetapkan.

H1 : pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.5.2 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Analisis profitabilitas berfokus pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Profitabilitas memiliki pendapatan semakin baik prospek masa depan perusahaan (BF Fista, D. W. (2017). Semakin tinggi laba perusahaan, semakin tingkat pengembalian investor. Ketika informasi ini dikomunikasikan dengan baik itu memberikan sinyal positif sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Leang Andriani 2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berdampak positif ketika kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga sahamnya juga meningkat. Oleh karena itu, ini berarti perusahaan dapat memulihkan investasi yang digunakan dengan lebih baik. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis berikut dapat dibuat.

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.5.3 Dampak pertumbuhan penjualan dan profitabilitas simultan pada nilai perusahaan

Menurut Lean Andrian (2018) Ini adalah kinerja perusahaan yang diwakili oleh harga saham yang dibentuk oleh penawaran dan permintaan pasar modal dan mencerminkan penilaian umum kinerja perusahaan. Ini membantu perusahaan tumbuh dengan mengetahui seberapa efektif bisnis mereka dijalankan (Hery, 2019:132). Menganalisis informasi tentang pertumbuhan penjualan dan profitabilitas adalah cara bagi investor untuk

mengetahui nilai suatu Perusahaan. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh pemilik perusahaan dan investor dan kreditur serta pemangku kepentingan lainnya untuk mengkonfirmasi prospek perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang baik. Hal ini meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan pertumbuhan laba perusahaan. Hal ini terkait dengan temuan Lita Elisabet Salempang dkk (2016), yang memperoleh hasil return on assets (ROA), dan dari tahun 2013 hingga 2014, penjualan simultan perusahaan sektor real estate dan real estate BEI menjadi nilai. dampak. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis berikut dapat dibuat.

**H3 : Pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara bersama sama
Pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan**

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini pada dasarnya adalah penelitian yang menggunakan pendekatan deduktif untuk menguji teori, menetapkan fakta, menampilkan hubungan antar variabel, memberikan gambaran statistik, serta memperkirakan dan memprediksi hasil.

Penelitian ini menguji pengaruh variabel pertumbuhan penjualan X1 dan variabel profitabilitas X2 terhadap variabel nilai perusahaan Y. Pengaruh masing-masing variabel dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi kinear berganda.

Alasan pemilihan jenis penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

3.2 Tempat dan waktu

Perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari 2019 hingga 2021. Waktu yang digunakan untuk penelitian ini adalah dari tanggal 10 sampai dengan 20 Juli 2022.

3.3 Populasi dan sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan kumpulan satuan pengamatan yang ditentukan oleh luas wilayah, dan waktu adalah definisi satuan pengamatan. Populasi adalah jumlah semua nilai yang diperoleh sebagai hasil perhitungan atau pengukuran kuantitatif dan kualitatif, dan mewakili karakteristik khusus dari populasi objek yang diselidiki sepenuhnya dengan definisi yang sesuai. Survei ini menggunakan seluruh perusahaan Sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2019-

2021. Daftar perusahaan di sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

**Table 3.1 Daftar Perusahaan sektor industri barang konsumsi periode
2019-2021**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk.
2	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
3	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk.
4	BTEK	PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk.
5	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk.
6	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk.
7	CBMF	PT. Cahaya Bintang Medan Tbk.
8	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
9	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk.
10	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk.
11	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk.
12	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
13	DMND	PT. Diamond Food Indonesia Tbk.
14	DVLA	PT. Darya- Varia Laboratoria Tbk.
15	ENZO	PT. Morenzo Abadi Perkasa Tbk.
16	FOOD	PT. Sentra Food Indonesia Tbk.
17	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk.
18	GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
19	HMSP	PT. H. M Sampoerna Tbk.
20	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk.
21	HRTA	PT. Hartadinata Abadi Tbk.

22	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Motor Tbk.
23	IIKP	PT. Inti Agri Resources Tbk.
24	IKAN	PT. Era Mandiri Cemerlang Tbk.
25	INAF	PT. Indofarma (Persero) Tbk.
26	INDF	PT. Indofood Sukses Motor Tbk.
27	ITIC	PT. Indonesia Tobacco Tbk.
28	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk.
29	KEJU	PT. Mulia Bogaraja Tbk.
30	KICI	PT. Kedaung Indah Can Tbk.
31	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk.
32	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk.
33	KPAS	PT. Cottonindo Ariesta Tbk.
34	LMPI	PT. Langgeng Makmur Industri Tbk.
35	MBTO	PT. Martina Berto Tbk.
36	MERK	PT. Merek Tbk.
37	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.
38	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk.
39	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
40	PANI	PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.
41	PCAR	PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk.
42	PMMP	PT. Panca Mitra Multi Perdana Tbk.
43	PEHA	PT. Phapros Tbk.
44	PSDN	PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk.
45	PYFA	PT. Pyridam Farma Tbk.
46	RMBA	PT. Bentoel Internasional.
47	ROTI	PT. Nippon Indosari Carpindo Tbk.

48	SCPI	PT. Merck Sharp Dohme Pharma Tbk.
49	SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido.
50	SOFA	PT. Boston Purniture Industries Tbk.
51	SOHO	PT. Soho Global Health Tbk.
52	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk.
53	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.
54	STTP	PT. Siantar Top Tbk.
55	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk.
56	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk.
57	TOYS	PT. Sunindo Adiperkasa Tbk.
58	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk.
59	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Tra Tbk.
60	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk.
61	VICI	PT. Victoria Care Indonesia Tbk.
62	WIIM	PT. Wasmilak Inti Makmur Tbk.
63	WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk.

3.3.2 Sampel

Sampel bagian dari populasi. Ruang lingkup penelitian membantu menentukan sampel, dan sampel membantu menarik kesimpulan penelitian. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling. Populasi sampel adalah populasi yang memenuhi kriteria. Kriteria pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah:

- a. perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan berturut-turut antara tahun 2019 dan 2021.

- b. Laporan keuangan tahunan perusahaan yang tidak mencantumkan data lengkap yang dibutuhkan. Diselesaikan untuk digunakan dalam perhitungan yang berhubungan dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan kriteria tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.2 Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan di industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021	63
2.	Perusahaan yang belum mempublikasikan laporan keuangan tahunan berturut-turut dari 2019 hingga 2021	(36)
3.	Perusahaan yang tidak menampilkan data yang dibutuhkan Isikan untuk digunakan dalam perhitungan terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini	0
	Total Sampel	27
	Jumlah Observasi (3x27)	81

Berdasarkan kriteria diatas maka data sampel perusahaan Sepanjang 2019 hingga 2021, tercatat 27 perusahaan di sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. Berikut contoh survei ini

Tabel 3.3 Daftar Sampel Penelitian

No	Kode	Pertumbuhan Penjualan			Profitabilitas			Nilai Perusahaan		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
1	CAMP	0.070	0.070	1.019	6.58	2.79	0.08	2.41	1.86	1.70
2	CEKA	0.140	0.164	0.474	14.0	11.1	0.12	0.95	0.89	0.84
3	CLEO	0.309	0.103	0.180	10.3	9.50	0.44	8.51	6.99	5.71
4	COCO	0.371	0.208	0.312	0.13	3.11	0.86	5.27	3.53	2.20
5	DLTA	0.073	0.339	0.246	21.9	7.88	0.15	4.84	3.61	3.12
6	GGRM	0.154	0.035	0.090	13.4	9.79	0.07	2.15	1.39	1.02
7	GOOD	0.948	0.086	0.139	8.03	5.61	0.06	4.19	3.53	6.73
8	HMSP	0.006	0.128	0.069	27.8	20.9	0.15	7.65	6.11	4.10
9	ICBP	0.101	0.102	0.217	13.7	5.17	0.07	5.15	2.34	1.92
10	INDF	0.043	0.067	0.215	4.85	3.10	0.05	1.34	0.80	0.67
11	ITIC	0.238	0.346	0.062	0.19	3.89	0.02	9.44	2.19	0.87
12	KAEF	0.111	0.064	0.284	0.31	0.28	0.01	0.88	3.41	1.86
13	KEJU	0.142	0.079	0.084	14.0	25.8	0.14	3.79	4.70	3.26
14	KICI	0.047	0.018	0.406	2.19	1.39	0.10	0.60	0.68	0.70
15	KLBF	0.073	0.021	0.136	13.0	12.0	0.12	4.71	3.88	3.79
16	MLBI	0.038	0.465	0.246	35.0	6.59	0.19	41.0	15.7	1.94
17	MYOR	0.040	0.021	0.140	8.03	10.9	0.07	5.09	5.60	4.12
18	RMBA	0.049	0.333	0.394	0.10	5.15	0.22	1.43	1.58	1.93
19	ROTI	0.206	0.037	0.023	6.22	4.23	0.07	2.64	3.12	2.85
20	SCPI	0.165	0.571	0.253	9.29	14.5	0.09	0.17	0.13	0.11
21	SIDO	0.110	0.087	0.205	21.8	23.1	0.32	6.03	7.31	8.47
22	SKLT	0.225	0.038	0.082	5.75	4.63	0.08	2.98	2.72	3.78
23	TCID	0.058	0.290	0.016	7.05	4.42	0.01	0.18	0.70	0.58
24	TSPC	0.089	0.002	0.024	6.95	7.43	0.09	1.10	1.03	1.01
25	ULTJ	0.140	0.041	0.108	17.0	23.2	0.11	3.56	3.98	3.79
26	UNVR	0.026	0.001	0.079	35.3	34.4	0.30	46.5	43.2	29.4
27	WIIM	0.008	0.430	0.370	1.58	9.33	0.10	0.35	1.01	0.72

Sumber : www.idx.co.id

3.4 Jenis dan sumber data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif data yang berupa angka. Data sekunder digunakan sebagai sumber data, catatan perusahaan atau sumber lainnya. Kajian berupa laporan keuangan perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 hingga 2021 yang diperoleh di website www.idx.co.id serta dalam beberapa sumber literatur dan kajian ilmiah.

3.5 Teknik pengumpulan data

Metode yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode yang dijelaskan dalam laporan keuangan produsen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memenuhi kriteria sampel. Rahasiannya adalah mengumpulkan laporan keuangan tahunan perusahaan dari www.idx.co.id.

3.6 Pengukuran variabel

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

3.6.1 Variabel independen

- a. Pertumbuhan Penjualan X_1 Pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dapat diukur dengan membagi selisih total penjualan antara periode ini dan periode sebelumnya. Nilai terukur dari variabel pertumbuhan penjualan dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = [\text{Penjualan } i, t - \text{Penjualan } i, t-1] / [\text{Penjualan } i, t-1]$$

penjelasan :

Pertumbuhan penjualan i, t = total penjualan perusahaan tahun ini.

penjualan $i, t - 1$ = total penjualan perusahaan di masa lalu.

b. Profitabilitas diukur dengan ROA

Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan melakukan aktivitas bisnis normal. ROA menunjukkan kontribusi aset terhadap laba bersih.

Tujuannya untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dan menghabiskan seluruh aset atau sumber daya perusahaan lainnya. Semakin tinggi ROA semakin efisien Anda dapat menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan lebih banyak laba bersih dan meningkatkan posisi perusahaan (Salempang, L. E., Sondakh, J. J., & Pusung, R. J. (2016).

$$ROA = (\text{Laba bersih}) / (\text{Total aset})$$

3.6.2 Variabel dependen

Nilai Perusahaan (Y) merupakan alternatif dari Nilai Perusahaan dan merupakan rasio yang mengukur harga saham suatu perusahaan, bukan nilai bukunya. Nilai perusahaan (Y) dijabarkan ke dalam price to book value ratio (PBV) yaitu perbandingan antara harga per saham dengan nilai buku per saham perusahaan. Alasan menggunakan PBV adalah untuk melihat tingkat overvaluation atau undervaluation saham pada nilai buku. Rendahnya PBV tercermin dari harga saham yang undervalued. Ini menunjukkan kualitas dan kinerja yang buruk.

$$PBV = \frac{\text{Hsrga Per Saham}}{\text{Nilai Buku Perusahaan}}$$

3.7 Metode analisis data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dibawah ini :

3.7.1 Analisis statistik deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang terkumpul apa adanya dan digunakan untuk analisis data tanpa maksud untuk menarik kesimpulan umum atau generalisasi. Analisis Dalam penelitian ini adalah nilai mean, maximum, dan drink digunakan untuk menjelaskan variabel survei.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Penggunaan metode analisis regresi berganda melibatkan beberapa asumsi yang harus memenuhi asumsi klasik yang mendasari model. Uji asumsi (analisis persyaratan uji) yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat digunakan dengan benar antara lain uji korelasi berganda dan uji heterogenitas.

1. Uji normalitas

Model regresi digunakan untuk menguji distribusi normal dari nilai residual hasil regresi. Model regresi yang baik adalah model yang nilai residunya terdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov. Alasan keputusan ini adalah data terdistribusi normal jika nilai signifikansi KS lebih besar dari 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Hal ini bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi memiliki multikolinearitas dengan memeriksa error bar dan koefisien dispersi. Toleransi mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih. Hal ini tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Model regresi yang baik tidak perlu ditulis. Model regresi yang baik tidak boleh dikorelasikan antar variabel bebas. Keputusan didasarkan pada nilai VIF, dan multikolinearitas terjadi ketika $VIF <$

10.00. Sebaliknya untuk nilai VIF > 10.00 terjadi multikolinearitas. (Sulastris dan Anna, 2016).

3. Uji Heteroskedastisitas

Varians tidak seragam adalah ketidaksamaan varians dari semua pengamatan dalam model regresi (Basuki dan Prawoto, 2019:63) dan mendeteksi ada tidaknya varians yang tidak seragam. Pengujian dijalankan menggunakan metode Glejser. Jika > 0,05 maka tidak ada varians yang tidak seragam. Jika sig < 0,05 maka terdapat varians yang tidak seragam.

4. Uji Autokorelasi

Pengukuran autokorelasi dilakukan untuk mengetahui korelasi Antara inkonsistensi waktu t dengan kejadian waktu t-1 (sebelum) pada model regresi linear. Jika ada korelasi, maka ada masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah dengan tidak adanya autokorelasi. Untuk mengetahuinya dengan cara membandingkan nilai D – W dengan nilai dari d tabel Durbin Wabson :

1. Jika $D-W < D_L$ atau $D-W > 4 - d_L$, kesimpulannya pada data tersebut terdapat autokorelasi.
2. Jika $D_u < D-W < 4 - d_U$, kesimpulannya pada data tersebut tidak terdapat autokorelasi.
3. Tidak ada kesimpulan jika : $D_L \leq D-W \leq D_u$ atau $4 - d_u \leq D-W \leq 4 - D_L$

3.7.3 Uji hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji koefisien parsial adalah untuk secara parsial (secara individual) mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependen.

Proses pengujian menggunakan uji-t (t-test) dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\beta_i}{Se(\beta_i)}$$

Jadi

T = Nilai Hitung

Bi = Estimator

Se= standar error of estimator

Selain itu, Dengan memanipulasi nilai t_{hitung} dengan nilai $F_{(tabel)}$ pada tingkat signifikansi, (Lihat jika Anda memberi. (df) (df). = $n-k-1$). Kriteria pengujian:

$H_0 : \beta_{1-2}=0$: Pertumbuhan penjualan dan profitabilitas akan memberikan pengaruh positif yang signifikan antara lain Untuk nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

$H_a : \beta_{1-2} \neq 0$: Pertumbuhan penjualan dan profitabilitas akan memberikan pengaruh positif yang signifikan antara lain Untuk nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Jika $t_{table} \leq t_{hitung}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{table} \geq t_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

2. Uji Simultan (Uji F)

koefisien regresi untuk semua variabel independen diuji secara simultan (bersama-sama), hasilnya dapat digunakan untuk menemukan model regresi prediktif. Proses pengujian dilakukan dengan menggunakan $F_{(tabel)}$ dan $F_{(hitung)}$.

Untuk menguji variabel bebas sekaligus (simultan) sebagai variabel terikat, digunakan uji-F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2}{(1-R^2)(n-k)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

n = ukuran sampel

k = banyaknya variabel bebas

Nilai F_{hitung} diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan α dan derajat kebebasan (df) yaitu $V_1 = k$ dan $V_2 = n-k-1$.

Kinerja pengujian:

$H_0: \beta=0$: Pertumbuhan penjualan dan profitabilitas akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan di industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

$H_a: \beta \neq 0$: Pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ Maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3. Uji Determinasi Faktor Penyesuaian (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan pengujian yang mengukur kemampuan suatu model untuk menjelaskan perubahan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 sampai 1. Nilai minimum R^2 berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang minimal berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dalam penelitian ini dapat dijelaskan dibawa ini :

4.1.1 Profil Perusahaan

a. Sejarah Bursa Efek Indonesia (BEI)

Bursa Efek Indonesia adalah bursa efek Indonesia yang memfasilitasi perdagangan saham. BEI memberikan informasi yang lebih lengkap kepada masyarakat mengenai peristiwa di pasar saham. BEI juga mendistribusikan data harga saham melalui media cetak dan elektronik. Untuk sebagian besar, pasar modal ada sebelum kemerdekaan Indonesia. Pasar modal atau bursa efek sudah ada sejak masa penjajahan Belanda, dimulai dari Batavia pada bulan Desember 1912. Pasar modal pada waktu itu diciptakan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC. Indikator pasar modal sudah ada sejak tahun 1912, namun perkembangan dan pertumbuhan pasar modal belum seperti yang diharapkan.

Kekosongan dapat terjadi bahkan ketika pasar modal aktif. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain Perang Dunia I, Perang Dunia II, peralihan kekuasaan dari pemerintah kolonial, dan disfungsi bursa. Beberapa tahun kemudian, pasar modal tumbuh seiring dengan berbagai insentif dan regulasi dikeluarkan oleh pemerintah.

Tonggak sejarah perkembangan pasar modal Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

1. Desember 1912 Pemerintah Hindia Belanda mendirikan Bursa Efek Indonesia pertama di Batavia.

2. 1914 - 1918 Penutupan bursa saham Batavia selama Perang Dunia Pertama.
3. 1925 - 1942 Bursa Efek Jakarta, Bursa Efek Semarang dan Bursa Efek Surabaya dibuka. 33
4. Awal tahun 1939 Bursa Efek Semarang dan Surabaya ditutup karena alasan politik (Perang Dunia II). Selama Perang Dunia II, pada tahun 1942-1952, Bursa Efek Jakarta kembali ditutup. Selama program nasionalisasi perusahaan Belanda pada tahun 1956, Bursa Efek Indonesia menjadi semakin tidak aktif.
5. Dari tahun 1956 hingga 1977, perdagangan di bursa saham dihentikan sama sekali.
6. Pada tanggal 10 Agustus 1977, di bawah pengawasan Badan Penyelenggara Pasar Modal (BAEPAM), Insinyur Presiden Soekarno membuka kembali bursa. Berawal dari PT Semen Cibinong yang tercatat sebagai emiten pertama di Indonesia 1977 – 1987 Masyarakat Indonesia lebih memilih produk perbankan daripada produk pasar modal. Aktivitas pasar di bursa begitu lesu sehingga pada tahun 1987 hanya ada 24 emiten.
7. Investor asing mulai berinvestasi di Indonesia pada tahun 1987, mengadopsi kebijakan pemerintah yang dikenal sebagai “Paket Desember 1998 (PAKDES 98)” untuk mempromosikan pencatatan perusahaan. 1988 – 1990 Pasar modal diluncurkan dan pintu BEJ dibuka untuk asing. Paket deregulasi untuk sektor perbankan telah diluncurkan. Jadi aktivitas stok mulai meningkat.
8. Bursa Efek Surabaya (BES) juga dibuka pada tanggal 16 Juni 1989. Bursa ini dikelola oleh Bursa Efek Surabaya, sebuah perseroan terbatas swasta. 13 Juli 1992 diperingati sebagai HUT BEJ, dimana pada tanggal

tersebut BAPEPAM berubah nama menjadi Badan Saat itulah privatisasi Badan Pengawas Pasar Modal (BPPM) dan BEJ berlangsung.

9. PT Pemeringkat Efek Indonesia (PEFINDO) didirikan pada tanggal 21 Desember 1993.
10. Perdagangan otomatis BEJ dibuat dan dilakukan pada tanggal 22 Mei 1995 dengan menggunakan sistem komputer Jakarta Automated Trading Systems (JATS).
11. Pada tanggal 10 November 1995, Pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Kebijakan pemerintah ini mulai berlaku pada Januari 1996. Pada tanggal 6 Agustus 1996, Perusahaan Likuidasi dan Penjaminan Indonesia (KPEI) didirikan.¹ Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), 23 Desember 1997. sudah ditetapkan.
12. Pada tanggal 21 Juli 2000, sistem perdagangan tanpa warkat diperkenalkan ke pasar modal Indonesia.
13. BEJ mulai menerapkan sistem perdagangan jarak jauh pada tanggal 28 Maret 2002.
14. Pada tanggal 9 September 2002, penyelesaian transaksi T+4 menjadi T+3.⁶
15. Bursa Efek Surabaya (BES) bergabung menjadi Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berganti nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI). 30 November 2007 Pemberlakuan Penangguhan Perdagangan, 8 Oktober 2008.

Indeks Sektor Industri Barang Konsumsi merupakan indeks yang mengukur kinerja harga seluruh saham di papan utama dan papan pengembangan sektor Industri Barang Konsumsi dengan mengacu pada Jakarta Equity Industry Classification (JASICA). Sektor Industri Barang Konsumsi memiliki lima subsektor industri, Diantara lain:

1. Subsektor Industri Makanan dan Minuman

Sektor industri makanan dan minuman adalah industri yang mengolah bahan mentah menjadi produk jadi berupa makanan dan minuman.

2. Subsektor Industri Tembakau

Sektor industri rokok adalah industri yang mengelola pemotongan tembakau.

3. Subsektor Industri Farmasi

Sektor ndustri Farmasi merupakan industri pengadaan,penyimpanan, pendistribusian, dan pengembangan otak.

4. Subsektor Kosmetik dan Produk Rumah Tangga

Sektor kosmetik dan kebutuhan sehari-hari merupakan industri yang mengolah bahan-bahan yang siap pakai di luar tubuh.

5. Subsektor elektronik konsumen

Industri elektronik konsumen adalah industri yang mengolah bahan mentah menjadi peralatan rumah tangga seperti furniture.

6. Subsektor lainnya

Perusahaan yang bergerak di bidang sektor industri barang konsumsi antara lain:

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk
2	AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk
4	BTEK	PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk
5	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk
6	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk

7	CBMF	PT. Cahaya Bintang Medan Tbk
8	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
9	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk
10	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk
11	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk
12	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
13	DMND	PT. Diamond Food Indonesia Tbk
14	DVLA	PT. Darya- Varia Laboratoria Tbk
15	ENZO	PT. Morenzo Abadi Perkasa Tbk
16	FOOD	PT. Sentra Food Indonesia Tbk
17	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk
18	GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
19	HMSP	PT. H. M Sampoerna Tbk
20	HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk
21	HRTA	PT. Hartadinata Abadi Tbk
22	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Motor Tbk
23	IIKP	PT. Inti Agri Resources Tbk
24	IKAN	PT. Era Mandiri Cemerlang Tbk
25	INAF	PT. Indofarma (Persero) Tbk
26	INDF	PT. Indofood Sukses Motor Tbk
27	ITIC	PT. Indonesia Tobacco Tbk
28	KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk
29	KEJU	PT. Mulia Bogaraja Tbk
30	KICI	PT. Kedaung Indah Can Tbk
31	KINO	PT. Kino Indonesia Tbk
32	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk

33	KPAS	PT. Cottonindo Ariesta Tbk
34	LMPI	PT. Langgeng Makmur Industri Tbk
35	MBTO	PT. Martina Berto Tbk
36	MERK	PT. Merek Tbk
37	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk
38	MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk
39	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
40	PANI	PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk
41	PCAR	PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk
42	PMMP	PT. Panca Mitra Multi Perdana Tbk
43	PEHA	PT. Phapros Tbk
44	PSDN	PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk
45	PYFA	PT. Pyridam Farma Tbk
46	RMBA	PT. Bentoel Internasional
47	ROTI	PT. Nippon Indosari Carpindo Tbk
48	SCPI	PT. Merck Sharp Dohme Pharma Tbk
49	SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido
50	SOFA	PT. Boston Purniture Industries Tbk
51	SOHO	PT. Soho Global Health Tbk
52	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk
53	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk
54	STTP	PT. Siantar Top Tbk
55	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk
56	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
57	TOYS	PT. Sunindo Adiperkasa Tbk
58	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk

59	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Tra Tbk
60	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk
61	VICI	PT. Victoria Care Indonesia Tbk
62	WIIM	PT. Wasmilak Inti Makmur Tbk
63	WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk

4.1.2 Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia

1. Visi

Menjadi Bursa yang Kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia.

2. Misi

Menyediakan Infrastruktur untuk mendukung terselenggaranya perdagangan efek yang teratur, wajar, dan efisien serta mudah diakses oleh seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*).

4.2 Deskripsi Data atas Variabel Penelitian

Data survei tersebut mencakup total 63 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Terdapat 36 perusahaan yang tidak memenuhi kriteria yang sampel pertama. Oleh karena itu 36 perusahaan ini tidak memenuhi kriteria dan dikeluarkan dari sampel penelitian. Sehingga menghasilkan sampel sebanyak 27 perusahaan. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen (pertumbuhan penjualan dan profitabilitas) dan satu variabel dependen (nilai perusahaan)..

4.2.1 Deskripsi Data Variabel Pertumbuhan Penjualan (X1)

Pertumbuhan penjualan mengukur seberapa besar suatu Perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan perusahaan di sektor barang konsumsi untuk periode 2019-2021 seperti terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1

Data Variabel Pertumbuhan Penjualan

NO	KODE PERUSAHAAN	PERTUMBUHAN PENJUALAN		
		2019	2020	2021
1	CAMP	0.070	0.070	1.019
2	CEKA	0.140	0.164	0.474
3	CLEO	0.309	0.103	0.180
4	COCO	0.371	0.208	0.312
5	DLTA	0.073	0.339	0.246
6	GGRM	0.154	0.035	0.090
7	GOOD	0.948	0.086	0.139

8	HMSP	0.006	0.128	0.069
9	ICBP	0.101	0.102	0.217
10	INDF	0.043	0.067	0.215
11	ITIC	0.238	0.346	0.062
12	KAEF	0.111	0.064	0.284
13	KEJU	0.142	0.079	0.084
14	KICI	0.047	0.018	0.406
15	KLBF	0.073	0.021	0.136
16	MLBI	0.038	0.465	0.246
17	MYOR	0.040	0.021	0.140
18	RMBA	0.049	0.333	0.394
19	ROTI	0.206	0.037	0.023
20	SCPI	0.165	0.571	0.253
21	SIDO	0.110	0.087	0.205
22	SKLT	0.225	0.038	0.082
23	TCID	0.058	0.290	0.016
24	TSPC	0.089	0.002	0.024
25	ULTJ	0.140	0.041	0.108
26	UNVR	0.026	0.001	0.079
27	WIIM	0.008	0.430	0.370

Sumber : www.idx.co.id (2022)

4.2.2 Deskripsi Data Variabel profitabilitas (X2)

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau profit. Profitabilitas penelitian ini diukur dengan menggunakan return on assets (ROA) untuk setiap perusahaan sektor industri barang konsumsi dari tahun 2019 hingga 2021 seperti terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.2
Data Variabel Profitabilitas

NO	KODE PERUSAHAAN	PROFITABILITAS		
		2019	2020	2021
1	CAMP	6.58	2.79	0.08
2	CEKA	14.0	11.1	0.12
3	CLEO	10.3	9.50	0.44
4	COCO	0.31	3.11	0.86
5	DLTA	21.9	7.88	0.15
6	GGRM	13.4	9.79	0.07
7	GOOD	8.03	5.61	0.06
8	HMSP	27.8	20.9	0.15
9	ICBP	13.7	5.17	0.07
10	INDF	4.85	3.10	0.05
11	ITIC	0.19	3.89	0.02
12	KAEF	0.31	0.28	0.01
13	KEJU	14.0	25.8	0.14
14	KICI	2.19	1.39	0.10
15	KLBF	13.0	12.0	0.12

16	MLBI	35.0	6.59	0.19
17	MYOR	8.03	10.9	0.07
18	RMBA	0.10	5.15	0.22
19	ROTI	6.22	4.23	0.07
20	SCPI	9.29	14.5	0.09
21	SIDO	21.8	23.1	0.32
22	SKLT	5.75	4.63	0.08
23	TCID	7.05	4.42	0.01
24	TSPC	6.95	7.43	0.09
25	ULTJ	17.0	23.2	0.11
26	UNVR	35.3	34.4	0.30
27	WIIM	1.58	9.33	0.10

Sumber : www.idx.co.id (2022)

4.2.3 Data deskripsi Variabel Nilai Perusahaan (Y)

Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan Price Book Value (PBV) masing-masing perusahaan di sektor Consumer Goods setiap tahunnya selama periode 2019-2021. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3

Data Variabel Nilai Perusahaan

NO	KODE PERUSAHAAN	NILAI PERUSAHAAN		
		2019	2020	2021
1	CAMP	2.41	1.86	1.70
2	CEKA	0.95	0.89	0.84
3	CLEO	8.51	6.99	5.71
4	COCO	5.27	3.53	2.20
5	DLTA	4.84	3.61	3.12

6	GGRM	2.15	1.39	1.02
7	GOOD	4.19	3.53	6.73
8	HMSP	7.65	6.11	4.10
9	ICBP	5.15	2.34	1.92
10	INDF	1.34	0.80	0.67
11	ITIC	9.44	2.19	0.87
12	KAEF	0.88	3.41	1.86
13	KEJU	3.79	4.70	3.26
14	KICI	0.60	0.68	0.70
15	KLBF	4.71	3.88	3.79
16	MLBI	41.0	15.7	1.94
17	MYOR	5.09	5.60	4.12
18	RMBA	1.43	1.58	1.93
19	ROTI	2.64	3.12	2.85
20	SCPI	0.17	0.13	0.11
21	SIDO	6.03	7.31	8.47
22	SKLT	2.98	2.72	3.78
23	TCID	0.18	0.70	0.58
24	TSPC	1.10	1.03	1.01
25	ULTJ	3.56	3.98	3.79
26	UNVR	46.5	43.2	29.4
27	WIIM	0.35	1.01	0.72

Sumber : www.idx.co.id (2022)

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan Uji normalitas, Uji multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas dan Uji Autokolerasi.

4.3.1 Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai-nilai residual regresi mengikuti distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov. Alasan keputusan ini adalah jika signifikansi KS lebih besar dari 0,05, maka data mengikuti distribusi normal.

Hasil uji normalitas ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.93518643
Most Extreme Differences	Absolute	.206
	Positive	.206
	Negative	-.082
Test Statistic		.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS 22 diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3, uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp Sig (dua sisi) adalah 0.000. Nilainya kurang dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual dalam penelitian ini tidak mengikuti distribusi normal. Metode yang digunakan untuk mengatasi masalah ini adalah dengan mengeluarkan beberapa perusahaan dengan data outlier dari sampel penelitian dan menjalankan uji normalitas lagi.

Ada dua perusahaan dengan data outlier dalam penelitian ini. Perusahaan yang memiliki data outlier adalah Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR). Karena data outlier dalam penelitian ini perusahaan dengan data outlier dikeluarkan dari sampel penelitian karena data residual perusahaan sampel tidak mengikuti distribusi normal. Untuk menghasilkan sampel untuk 25 perusahaan. Sebanyak 25 perusahaan disurvei selama periode pengamatan tiga tahun untuk mendapatkan 75 data sampel survei laporan keuangan tahunan perusahaan.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas setelah pengamatan dikurangi Data Outlier
On e-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13837043
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.082
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS 22 diolah (2022)

Uji Normalitas Berdasarkan pengujian ulang pada Tabel 4.5 diperoleh nilai Kolmogorow-Smirnov Asmp.sig (dua sisi) sebesar 0.091 yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Berdasarkan signifikansi data penelitian ini, lebih besar dari signifikansi dalam kondisi tertentu.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel-variabel yang dimasukkan dalam analisis regresi apabila toleransi > 0.10 dan $VIF < 10.00$. Artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji. Hasil multikolinearitas adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas
coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. Pertumbuhan Penjualan	.971	1.030
Profitabilitas	.971	1.030

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS 22 diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.6, nilai Toleransi variabel pertumbuhan penjualan (X1) dan variabel profitabilitas (X2) adalah 0.971, lebih besar dari 0.10, dan dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel pertumbuhan penjualan (X1) dan variabel profitabilitas (X2) adalah 1.030. Karena kurang dari 10.00 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas untuk variabel penelitian ini karena toleransinya besar dan VIF lebih kecil dari kondisi yang diberikan.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi memiliki varians yang tidak sama untuk setiap pengamatan. Untuk nilai sig > 0.05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan sebaliknya. Uji heteroskedastisitas

Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.712	.273		6.270	.000
Pertumbuhan Penjualan	.116	.872	.016	.132	.895
Profitabilitas	-.014	.022	-.077	-.646	.520

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber : Output SPSS 22 Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Pertumbuhan Penjualan memiliki nilai sig 0.895 lebih besar dari 0.05 dan variabel Profitabilitas memiliki nilai sig 0.520 lebih besar dari 0.05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan uji glejer, uji glejer ini mengusulkan untuk meregresi nilai absolute regresi residual

48

4.3.4 Uji Autokolerasi

Pengukuran autokolerasi dilakukan untuk mengetahui kolerasi Antara inkonsistensi waktu t dengan kejadian waktu t-1 (sebelum) pada model regresi linear. Jika ada kolerasi, maka ada masalah autokolerasi. Model regresi yang baik adalah dengan tidak adanya autokolerasi.

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.336 ^a	.113	.088	2.16787	2.185

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat baha nilai koefisien durbin Watson sebesar 2.185 berdasarkan ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya autokolerasi karena nilai DW berada diantara -2 dan = 2. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel dalam model regresi linear tidak terdapat autokolerasi.

4.5 Pembahasan

Hasil Pembahasan dalam penelitian ini adalah dijelaskan sebagai berikut.

4.5.1 Analisis data deskriptif

a. Analisis statistik deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini menjabarkan rata-rata (mean) dan nilai minimum dan standar deviasi masing-masing variabel dijelaskan untuk memudahkan pemahaman dalam konteks. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependem dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan dan variabel independen adalah pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada tabel berikut.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pertumbuhan Penjualan	75	.00	1.02	.1753	.18523
Profitabilitas	75	.01	27.80	6.2250	7.30974
Nilai Perusahaan	75	.11	9.44	2.9913	2.27041
Valid N (listwise)	75				

Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif

Sumber : Output SPSS 22 Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, menunjukkan hasil statistik deskriptif sampel penelitian dengan total 75 sampel dari tahun 2019 hingga 2021. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, berikut deskripsi dari masing-masing variabel.

1. Standar deviasi pertumbuhan pendapatan 0.18523, rata-rata 0.1753, minimum 0.00, dan maksimum 1.02.
2. Profitabilitas dihitung sebagai (ROA) rata-rata 6.2250, standar deviasi 7.30974 minimum 0.01 dan maksimum 27.80.
3. Nilai perusahaan yang dihitung dengan (PBV) memiliki nilai rata-rata 2.9913, standar deviasi 2.27041, nilai minimum 0.11, dan nilai maksimum 9.44.

b. Analisis regresi berganda

Analisis berganda digunakan untuk memprediksi nilai variabel (Y) bila lebih dari satu variabel bebas digunakan. Berikut adalah hasil analisis regresi berganda berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS:

Tabel 4.10

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	2.409	.432
Pertumbuhan Penjualan	-.324	1.381
Profitabilitas	.103	.035

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil Analisis Koefficientas Regresi

Sumber : Output SPSS 22 Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.10 kita dapat mengembangkan formulasi regresi untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut.

$$Y = 2.409 - 0.324x_1 + 0.103x_2 + \varepsilon$$

Model tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk kelipatan X1 adalah negatif dan X2 adalah positif. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan pendapatan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain jenis pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi bagaimana nilai perusahaan meningkat atau menurun. Di sisi lain variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan seperti yang terlihat dari angkanya. Dengan kata lain semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai konstanta sebesar 2.409 dapat menjelaskan bahwa nilai perusahaan (Y) sebesar 2.409% ketika variabel pertumbuhan penjualan (X1) dan profitabilitas (X2) konstan atau nol. Koefisien regresi negatif untuk variabel pertumbuhan penjualan (X1) adalah 0.324. Artinya peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar 1% akan menurunkan nilai perusahaan sebesar -0.324 jika variabel bebas lainnya tidak berubah (konstanta). Koefisien regresi positif untuk variabel profitabilitas (X2) adalah 0.103 yang berarti bahwa peningkatan profitabilitas sebesar 1% meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.103% jika variabel independen lainnya tidak berubah (konstan).

4.5.2 Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil uji parsial (uji-t)

Uji-t bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menerima H_a jika p-value (sig-t) profitabilitas lebih kecil dari 0.05 dan menolak H_o jika p-value (sig-t) lebih besar dari 0.05. Di bawah ini adalah tabel hasil uji parsial untuk penelitian ini

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.409	.432		5.575	.000
Pertumbuhan Penjualan	-.324	1.381	-.026	-.235	.815
Profitabilitas	.103	.035	.331	2.934	.004

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS 22 Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang merupakan variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut. Hasil perhitungan t_{tabel} dengan nilai signifikansi 0.05 menghasilkan 1.993 Hasil penelitian variabel Pertumbuhan Penjualan (X1) terhadap nilai perusahaan (Y) diperoleh data yaitu $t_{hitung} = -0.235$ Dan $t_{tabel} = 1.993$ tampak bahwa Untuk variabel Pertumbuhan Penjualan (X1) H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ memiliki nilai signifikansi $0.815 > 0.05$. artinya variabel pertumbuhan penjualan (X1) secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

Hasil survei variabel Profitabilitas (X2) terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y) $t_{hitung} = 2.934$ dan $t_{tabel} = 1.993$. Untuk variabel profitabilitas (X2) H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0.004 < 0.05$. Artinya profitabilitas (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

b. Hasil Uji Konkuren (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen mempengaruhi pengaruh secara bersama terhadap variabel dependen. Di bawah ini adalah tabel hasil survei simultan.

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.079	2	21.539	4.583	.013 ^b
	Residual	338.374	72	4.700		
	Total	381.453	74			

Hasil hitung F_{tabel} dengan nilai signifikansi 0.05 adalah 3.123. Hasil uji ANOVA dengan menggunakan uji F secara kondisional diberikan nilai F_{hitung} sebesar 4.583 dan nilai F_{tabel} sebesar 3.123. dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . H_{01} ditolak dari H_{a1} diterima, dengan nilai signifikan $0.013 < 0.05$. Artinya pertumbuhan penjualan (X1) dan profitabilitas (X2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Y)

c. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis keputusan adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar varians (varians perubahan) yang terjadi pada variabel bebas (Y), yang dapat dijelaskan oleh varians yang terjadi pada variabel terikat (X). Nilai koefisien 1 menunjukkan bahwa variabel independen 100% akurat (sempurna) dalam menjelaskan varians yang terjadi pada variabel dependen. Nilai keputusan dalam hal ini dikenal sebagai

Tabel 4.13 Hasil Analisis Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.336 ^a	.113	.088	2.16787

a. Predictors: (Constan) Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS 22 Diolah (2022)

Dari data pada tabel (ringkasan model), kita mengetahui bahwa nilai R-squared adalah 0.133. Berdasarkan nilai R-squared (R^2) 11.3% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas dan sebesar 88.7% nilai perusahaan tidak dapat dijelaskan oleh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas, tetapi bisa dijelaskan oleh fakta lain yang tidak diamati oleh peneliti.

4.5.3 Interpretasi Hasil Penelitian

a. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan uji parsial (Uji t) menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh Hasil tersebut menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh negatif tidak signifikan pada nilai perusahaan. sehingga Hipotesis ditolak. Penolakan hipotesis tersebut memiliki makna bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak mempengaruhi tinggi rendahnya Nilai Perusahaan.

Dengan demikian hasil ini tidak mendukung teori sebelumnya yaitu teori

Sinyal. Teori sinyal menyatakan apa bila perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan Terus menerus konsisten dengan peningkatan penjualan, Hal ini akan meningkatkan harga saham perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. perusahaan akan berusaha mensinyalkan kepada pasar.

Hasil Penelitian ini dijelaskan bahwa, perhatian pemangku kepentingan terhadap informasi perusahaan terutama terkait dengan Pertumbuhan Penjualan masi rendah karena semakin besarnya Pertumbuhan Penjualan maka akan semakin besar pula biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dan meningkatnya pertumbuhan penjualan belum tentu diikuti dengan meningkatnya laba perusahaan. oleh Karena itu investor dan kreditor tidak menjadikan Pertumbuhan Penjualan sebagai sinyal dalam mengambil keputusan untuk menanamkan modal yang dimiliki pada perusahaan. hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elida Crisna Tamba dkk (2020) menyatakan Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan Menurut Lean Andriani (2018) Menyatakan Pertumbuhan Penjualan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

b. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis diterima, yang artinya bahwa semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh suatu perusahaan maka Nilai Perusahaan tersebut juga akan meningkat. Karena dalam penelitian ini profitabilitas punya hubungan atau memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan maka hal ini dapat mendukung teori sinyal. Teori sinyal yang menunjukkan bahwa

perusahaan memiliki prospek yang baik untuk masa depan, dan dapat dijadikan *signaling* ke pemilik modal untuk meningkatkan nilai perusahaan. penyimpanan informasi untuk pasar dengan harapan agar pasar dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan berkualitas buruk. Informasi terkait dengan Profitabilitas perusahaan yang mengalami peningkatan merupakan suatu berita baik yang dimiliki perusahaan karena menjadi bukti yang dapat menunjukkan bahwa perusahaan benar profit dan memiliki kualitas. Oleh karena itu bila perusahaan mengalami profit akan menjadi informasi penting yang menandakan bahwa aktivitas operasional perusahaan dilakukan dengan sangat baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lean Andriani (2018) Menyatakan bahwa Profitabilitas yang dihasilkan oleh ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. sedangkan Menurut Bela Febriani dan Dini Widyawati (2017) Menyatakan Profitabilitas memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Informasi mengenai Pertumbuhan Penjualan dan penjualan yang diperoleh dalam laporan keuangan suatu perusahaan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. secara simultan, berdasarkan hasil pengujian (uji F) variabel Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Hal ini berarti Nilai perusahaan dipengaruhi oleh interaksi kedua variabel Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas. Investor memiliki

keyakinan bahwa interaksi kedua variabel Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas memberikan keuntungan yang akan didapatkan atas modal yang diinvestasikan pada perusahaan. Investor bersedia membayar harga sebuah saham pada pasar saham untuk memiliki sebuah perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Oleh Bela Febriana dan Dini Widyawati (2017) yang berkesimpulan bahwa, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan periode pengamatan 2019-2021.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Hitung t_{tabel} dengan nilai signifikansi 0.05 menghasilkan nilai 1.993.

Hasil penelitian variabel pertumbuhan penjualan (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y) didapatkan data yaitu $t_{hitung} = -0.235$ Dan $t_{tabel} = 1,993$ tampak bahwa Untuk variabel Pertumbuhan Penjualan (X1) ternyata

$t_{hitung} < t_{tabel}$ dan memiliki nilai signifikan $0.815 > 0.05$. hal ini berarti pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Data yang diperoleh adalah $t_{hitung} = 2,934$ dan $t_{tabel} = 1.993$ tampak bahwa variabel profitabilitas (X_2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dengan nilai signifikan $0.004 < 0.05$, sehingga profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya jika suatu perusahaan memperoleh laba, maka akan menjadi lebih bernilai dan sebaliknya.
3. Nilai F_{hitung} sebesar 4.583 dan nilai F_{tabel} sebesar 3.123 dengan ketentuan dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} . Dan dengan Nilai signifikansi sebesar $0.013 < 0.05$. Artinya pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya nilai perusahaan dipengaruhi oleh interaksi dua variabel yaitu pertumbuhan penjualan dan profitabilitas.

4.2.5 SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan yang dilakukan beserta keterbatasan penelitian ini, beberapa saran untuk pe⁵⁷mbahan adalah sebagai berikut.

1. Karena penelitian ini hanya menggunakan tiga periode pengamatan, maka diharapkan dapat dilakukan penelitian dan pengembangan tambahan dan periode penelitian akan diperpanjang.
2. Nilai R-squared dalam penelitian ini masih serendah 0,113 atau 11,3%. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat hanya sebesar 11%. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti tambahan didorong untuk memodifikasi atau menambahkan variabel lain untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Variabel lain yang tersedia meliputi profitabilitas, kebijakan utang, kebijakan dividen, dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Manajer yang ingin meningkatkan nilai perusahaan perlu mempertimbangkan untuk menjual perusahaan. Hal ini karena sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Meningkatkan profitabilitas dapat menjadi bagian penting dari informasi yang dimiliki perusahaan dalam kaitannya dengan tujuannya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Investor dan kreditur dapat mengawasi profitabilitas perusahaan saat menganalisis keputusan bisnis. Hal ini dikarenakan profitabilitas merupakan salah satu faktor internal yang membuat kinerja perusahaan menjadi baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, L. (2018). Pengaruh Profitabiliras dan Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan deviden sebagai variabel intervening (Studi Empiris pada perusahaan sub sektor property dan real estate yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- BF Fista, D. W. (2017). Pengaruh Kebijakan deviden, pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Hery, S.E., M.Si., CRP., R. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. penerbit PT Grasindo.
- Hidayat, M. (2018). Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan Dan Uku-Ran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Periode 2014-2016. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 12(2), 206. <https://doi.org/10.33373/mja.v12i2.1745>
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Sruktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*,

16(2), 232–242. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss2.art8>

IAI, (2015) Manajemen Keuangan Lanjutan. Jakarta Pusat

Kamir, S.E., M. (2016). *Pengantar Mnajemen Keuangan* (ke-1). Prenada Media Group.

KI Diantari, I. S. (2019). Pengaruh Opini Auditor dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*.

Lean Andrian. (2018) Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan kebijakan deviden sebagai variabel intervening yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2016. *E-Jurnal Ekobis Dewantara*,1 : 139-151

Mandalika, A. (2016). Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Perusahaan pada Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Sam Ratulangi*, 16(01), 207–218.

Mawar Sharon R. Pantow, Sri Murni, I. T. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks Lq 45. *Jurnal EMBA*, Vol.3(Hal.961-971), No.1.

Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(2), 1997. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i08.p03>

Ratnasari, S., Tahwin, M., & Sari, D. A. (2017). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 03(01), 80–94.

Salempang, L. E., Sondakh, J. J., & Pusung, R. J. (2016). Pengaruh Return on Asset, Debt To Equity Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3), 813–824.

Silvia, N. T. (2021). *Determinan Nilai Perusahaan*. Publising, CV. Jakat Media.

Sandag, N. J. (2015). *Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tercatat Pada Indeks LQ 45*. Vol 3.

Tamba, E. C., Pandiangan, L., Ginting, R. N., & Sitepu, W. R. B. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 485. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.294>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Nama Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021

KODE	NAMA PERUSAHAAN	PERTUMBUHAN PENJUALAN			PROFITABILITAS			NILAI PERUSAHAAN		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
ADES	PT. Akasha Wira International Tbk	0.037	0.119	-	7.09	11.1	0.18	1.17	1.34	2.30
AISA	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	6.025	0.150	-	6.33	3.74	1.17	0.16	2.63	2.12
ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk	0.184	0.065	-	1.26	1.00	0.08	2.32	1.81	1.68
BTEK	PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk	0.215	0.451	-	0.01	9.93	0.06	1.05	1.26	1.49
BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk	0.134	0.093	-	1.53	0.84	0.04	0.37	0.35	0.35
CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk	0.070	0.070	1.019	6.58	2.79	0.08	2.41	1.86	1.70
CBMF	PT. Cahaya Bintang Medan Tbk	0.043	0.481	0.657	-	2.21	-	-	4.28	0.73
CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0.140	0.164	0.474	14.0	11.1	0.12	0.95	0.89	0.84
CINT	PT. Chitose Internasional Tbk	0.111	0.188	-	0.26	0.09	0.05	0.78	0.62	0.70
CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk	0.309	0.103	0.180	10.3	9.50	0.44	8.51	6.99	5.71
COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk	0.371	0.208	0.312	3.11	0.86	0.02	5.27	3.53	2.20
DLTA	PT. Delta Jakarta Tbk	0.073	0.339	0.246	21.9	7.88	0.15	4.84	3.61	3.12
DMND	PT. Diamond Food Indonesia Tbk	0.109	0.116	-	-	3.77	-	-	1.91	1.70
DVLA	PT. Darya- Varia Laboratoria Tbk	0.066	0.008	-	-	10.3	-	-	2.00	-
ENZO	PT. Morenzo Abadi Perkasa Tbk	-	0.372	-	-	1.36	0.01	-	0.72	0.71
FOOD	PT. Sentra Food Indonesia Tbk	0.344	0.251	-	0.92	5.37	0.17	1.08	0.97	1.88
GGRM	PT. Gudang Garam Tbk	0.154	0.035	0.090	13.4	9.79	0.07	2.15	1.39	1.02
GOOD	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	0.948	0.086	0.139	8.03	5.61	0.06	4.19	3.53	6.73
HMSP	PT. H. M Sampoerna Tbk	0.006	0.128	0.069	27.8	20.9	0.15	7.65	6.11	4.10
HOKI	PT. Buyung Poetra Sembada Tbk	0.155	0.290	-	12.1	4.30	0.02	3.63	3.78	2.64
HRTA	PT. Hartadinata Abadi Tbk	0.178	0.279	-	8.51	6.42	0.06	0.78	0.86	0.66
ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Motor Tbk	0.101	0.102	0.217	13.7	5.17	0.07	5.15	2.34	1.92
IIKP	PT. Inti Agri Resources Tbk	0.127	0.219	-	30.4	2.77	0.12	4.63	4.78	5.41
IKAN	PT. Era Mandiri Cemerlang Tbk	0.091	0.227	-	-	1.26	0.00	-	1.78	1.14
INAF	PT. Indofarma (Persero) Tbk	0.146	1.422	-	3.50	1.69	-	5.84	25.7	-

INDF	PT. Indofood Sukses Motor Tbk	0.043	0.067	0.215	4.85	3.10	0.05	1.34	0.80	0.67
ITIC	PT. Indonesia Tobacco Tbk	0.238	0.346	0.062	0.19	3.89	0.02	9.44	2.19	0.87
KAEF	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk	0.111	0.064	0.284	0.31	0.28	0.01	0.88	3.41	1.86
KEJU	PT. Mulia Bogaraja Tbk	0.142	0.079	0.084	14.0	25.8	0.14	3.79	4.70	3.26
KICI	PT. Kedaung Indah Can Tbk	0.047	0.018	0.406	2.19	1.39	0.10	0.60	0.68	0.70
KINO	PT. Kino Indonesia Tbk	0.295	0.139	-	12.8	4.05	0.01	1.85	1.41	1.10
KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	0.073	0.021	0.136	13.0	12.0	0.12	4.71	3.88	3.79
KPAS	PT. Cottonindo Ariesta Tbk	0.021	0.117	-	0.24	0.72	0.14	0.37	0.36	0.41
LMPI	PT. Langgeng Makmur Industri Tbk	0.136	0.007	-	-4,97	5.84	0.17	0.30	0.33	0.80
MBTO	PT. Martina Berto Tbk	0.069	0.447	-	6.12	21.0	0.18	0.37	0.67	0.30
MERK	PT. Merek Tbk	0.216	0.119	-	2.84	7.88	-	2.58	2.46	-
MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	0.038	0.465	0.246	35.0	6.59	0.19	41.0	15.7	1.94
MRAT	PT. Mustika Ratu Tbk	0.015	0.043	-	0.60	0.14	-	0.18	0.20	0.34
MYOR	PT. Mayora Indah Tbk	0.040	0.021	0.140	8.03	10.9	0.07	5.09	5.60	4.12
PANI	PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	0.681	0.217	-	0.20	0.19	0.01	1.17	1.18	17.3
PCAR	PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk	0.644	0.256	-	6.02	13.9	0.16	15.8	8.94	5.05
PMMP	PT. Panca Mitra Multi Perdana Tbk	-	0.195	-	-	4.52	0.04	-	0.82	1.09
PEHA	PT. Phapros Tbk	0.080	0.112	-	3.99	3.01	-	1.19	1.97	-
PSDN	PT. Prasadha Aneka Niaga Tbk	0.082	0.268	-	4.63	9.65	0.09	0.94	1.47	3.84
PYFA	PT. Pyridam Farma Tbk	0.013	0.122	-	3.46	9.83	-	0.87	3.70	-
RMBA	PT. Bentoel Internasional	0.049	0.333	0.394	0.10	5.15	0.25	1.43	1.58	1.93
ROTI	PT. Nippon Indosari Carpindo Tbk	0.206	0.037	0.023	6.22	4.23	0.07	2.64	3.12	2.85
SCPI	PT. Merck Sharp Dohme Pharma Tbk	0.165	0.571	0.253	9.29	14.5	0.09	0.17	0.13	0.11
SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido	0.110	0,087	0.205	21.8	23.1	0.32	6.03	7.31	8.47
SOFA	PT. Boston Purniture Industries Tbk	-	0.028	0.561	-	1.38	0.07	-	18.6	1.65
SOHO	PT. Soho Global Health Tbk	-	0.220	0.147	-	5.26	-	-	2.66	-
SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk	0.077	0.504	-	0.07	0.79	0.00	0.68	0.58	0.65
SKLT	PT. Sekar Laut Tbk	0.225	0.038	0.082	5.75	4.63	0.08	2.98	2.72	3.78
STTP	PT. Siantar Top Tbk	0.243	0.095	-	18.2	19.3	0.16	2.91	4.93	3.18
TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk	0.009	0.273	-	4.03	2.70	0.04	1.03	0.89	0.67

TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	0.058	0.290	0.016	7.05	4.42	0.01	0.18	0.70	0.58
TOYS	PT. Sunindo Adiperkasa Tbk	-	0.145	-	-	3.42	-	-	3.16	1.25
TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	0.089	0.002	0.024	6.95	7.43	0.09	1.10	1.03	1.01
ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Tra Tbk	0.140	0.041	0.108	17.0	23.2	0.11	3.56	3.98	3.79
UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	0.026	0.001	(0.079)	35.3	34.4	0.30	46.5	43.2	29.4
VICI	PT. Victoria Care Indonesia Tbk	-	0.311	0.102	-	20.6	0.15	-	4.11	4.86
WIIM	PT. Wasmilak Inti Makmur Tbk	(0.008)	0.430	0.370	1.58	9.33	0.10	0.35	1.01	0.72
WOOD	PT. Integra Indocabinet Tbk	0.016	0.389	-	4.71	4.46	0.07	1.64	1.21	1.55

Sumber : Data diolah SPSS21 (2022)

Lampiran 2 : Daftar Nama Perusahaan Yang Dijadikan Sampel

Nomor	Kode	Nama Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan			Profitabilitas			Nilai Perusahaan		
			2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
1	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industri Tbk	0.070	0.070	1.019	6.58	2.79	0.08	2.41	1.86	1.70
2	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0.140	0.164	0.474	14.0	11.1	0.12	0.95	0.89	0.84
3	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk	0.309	(0.103)	0.180	10.3	9.50	0.44	8.51	6.99	5.71
4	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk	0.371	0.208	0.312	0.132	3.11	0.86	5.27	3.53	2.20
5	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	0.073	0.339	0.246	21.9	7.88	0.15	4.84	3.61	3.12
6	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk	0.154	0.035	0.090	13.4	9.79	0.07	2.15	1.39	1.02
7	GOOD	PT. GarudaFood Putra Putri Jaya Tbk	0.948	0.086	0.139	8.03	5.61	0.06	4.19	3.53	6.73
8	HMSP	PT. H.M Sampoerna Tbk	0.006	0.128	0.069	27.8	20.9	0.15	7.65	6.11	4.10
9	ICBP	PT. Indofood CBF Sukses Motor Tbk	0.101	0.102	0.217	13.7	5.17	0.07	5.15	2.34	1.92
10	INDF	PT. Indofarma (persero) Tbk	0.043	0.067	0.215	4.85	3.10	0.05	1.34	0.80	0.67
11	ITIC	PT. Indonesia Tobacco Tbk	0.238	0.346	0.062	0.19	3.89	0.02	9.44	2.19	0.87
12	KAEF	PT. Kimia Farma (persero) Tbk	0.111	0.064	0.284	0.31	0.28	0.01	0.88	3.41	1.86
13	KEJU	PT. Mulia Bogaraja Tbk	0.142	0.079	0.084	14.0	25.8	0.14	3.79	4.70	3.26
14	KICI	PT. Kedaung Indah Can Tbk	0.047	0.018	0.406	2.19	1.39	0.10	0.60	0.68	0.70
15	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	0.073	0.021	0.136	13.0	12.0	0.12	4.71	3.88	3.79
16	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk	0.040	0.021	0.140	8.03	10.9	0.07	5.09	5.60	4.12
17	RMBA	PT. Bentoel Internasional	0.049	0.333	0.394	0.10	5.15	0.225	1.43	1.58	1.93

18	ROTI	PT. Nippon Indosari Carpindo Tbk	0.206	0.037	0.023	6.22	4.23	0.07	2.64	3.12	2.85
19	SCPI	PT. Merck Sharp Dohme Pharma Tbk	0.165	0.571	0.253	9.29	14.5	0.09	0.17	0.13	0.11
20	SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido	0.110	0.087	0.205	21.8	23.1	0.32	6.03	7.31	8.47
21	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk	0.225	0.038	0.082	5.75	4.63	0.08	2.98	2.72	3.78
22	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	0.058	0.290	0.016	7.05	4.42	0.01	0.18	0.70	0.58
23	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	0.089	0.002	0.024	6.95	7.43	0.09	1.10	1.03	0.01
24	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Tra Tbk	0.140	0.041	0.108	17.0	23.2	0.11	3.56	3.98	3.79
25	WIIM	PT. Wasmilak Inti Makmur Tbk	0.008	0.430	0.370	1.58	9.33	0.10	0.35	1.01	0.72

Sumber : www.idx.co.id (2022)

Lampiran 3 : Daftar Nama perusahaan yang mempunyai data otlier

Nomor	Kode	Nama Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan			Profitabilitas			Nilai Perusahaan		
			2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
1	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industri Tbk	0.070	0.070	1.019	6.58	2.79	0.08	2.41	1.86	1.70
2	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0.140	0.164	0.474	14.0	11.1	0.12	0.95	0.89	0.84
3	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk	0.309	0.103	0.180	10.3	9.50	0.44	8.51	6.99	5.71
4	COCO	PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk	0.371	0.208	0.312	0.13	3.11	0.86	5.27	3.53	2.20
5	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk	0.073	0.339	0.246	21.9	7.88	0.15	4.84	3.61	3.12
6	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk	0.154	0.035	0.090	13.4	9.79	0.07	2.15	1.39	1.02
7	GOOD	PT. GarudaFood Putra Putri Jaya Tbk	0.948	0.086	0.139	8.03	5.61	0.06	4.19	3.53	6.73
8	HMSP	PT. H.M Sampoerna Tbk	0.006	0.128	0.069	27.8	20.9	0.15	7.65	6.11	4.10
9	ICBP	PT. Indofood CBF Sukses Motor Tbk	0.101	0.102	0.217	13.7	5.17	0.07	5.15	2.34	1.92
10	INDF	PT. Indofarma (persero) Tbk	0.043	0.067	0.215	4.85	3.10	0.05	1.34	0.80	0.67
11	ITIC	PT. Indonesia Tobacco Tbk	0.238	0.346	0.062	0.19	3.89	0.02	9.44	2.19	0.87
12	KAEF	PT. Kimia Farma (persero) Tbk	0.111	0.064	0.284	0.31	0.28	0.01	0.88	3.41	1.86
13	KEJU	PT. Mulia Bogaraja Tbk	0.142	0.079	0.084	14.0	25.8	0.14	3.79	4.70	3.26
14	KICI	PT. Kedaung Indah Can Tbk	0.047	0.018	0.406	2.19	1.39	0.10	0.60	0.68	0.70
15	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk	0.073	0.021	0.136	13.0	12.0	0.12	4.71	3.88	3.79
16	MLBI	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	0.038	0.465	0.246	35.0	6.59	0.19	41.0	15.7	1.94
17	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk	0.040	0.021	0.140	8.03	10.9	0.07	5.09	5.60	4.12

18	RMBA	PT. Bentoel Internasional	0.049	0.333	0.394	0.10	5.15	0.22	1.43	1.58	1.93
19	ROTI	PT. Nippon Indosari Carpindo Tbk	0.206	0.037	0.023	6.22	4.23	0.07	2.64	3.12	2.85
20	SCPI	PT. Merck Sharp Dohme Pharma Tbk	0.165	0.571	0.253	9.29	14.5	0.09	0.17	0.13	0.11
21	SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido	0.110	0.087	0.205	21.8	23.1	0.32	6.03	7.31	8.47
22	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk	0.225	0.038	0.082	5.75	4.63	0.08	2.98	2.72	3.78
23	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk	0.058	0.290	0.016	7.05	4.42	0.01	0.18	0.70	0.58
24	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	0.089	0.002	0.024	6.95	7.43	0.09	1.10	1.03	1.01
25	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industry & Tra Tbk	0.140	0.041	0.108	17.0	23.2	0.11	3.56	3.98	3.79
26	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk	0.026	0.001	0.079	35.3	34.4	0.30	46.5	43.2	29.4
27	WIIM	PT. Wasmilak Inti Makmur Tbk	0.008	0.430	0.370	1.58	9.33	0.10	0.35	1.01	0.72

Sumber : Data diolah SPSS21 (2022)

Lampiran 4 Hasil uji olah data SPSS

Uji normalitas

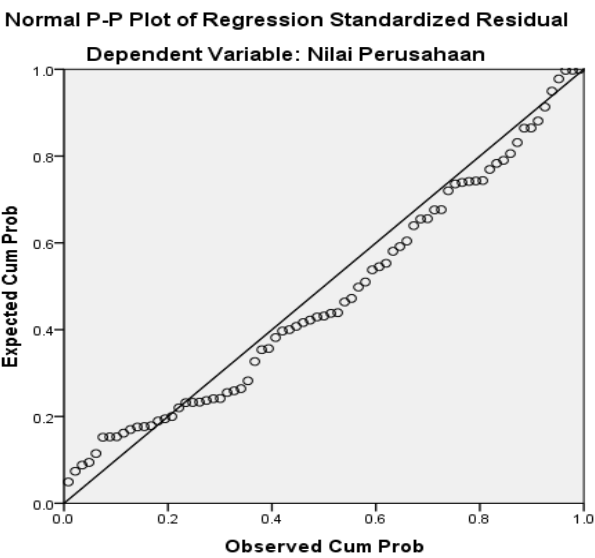
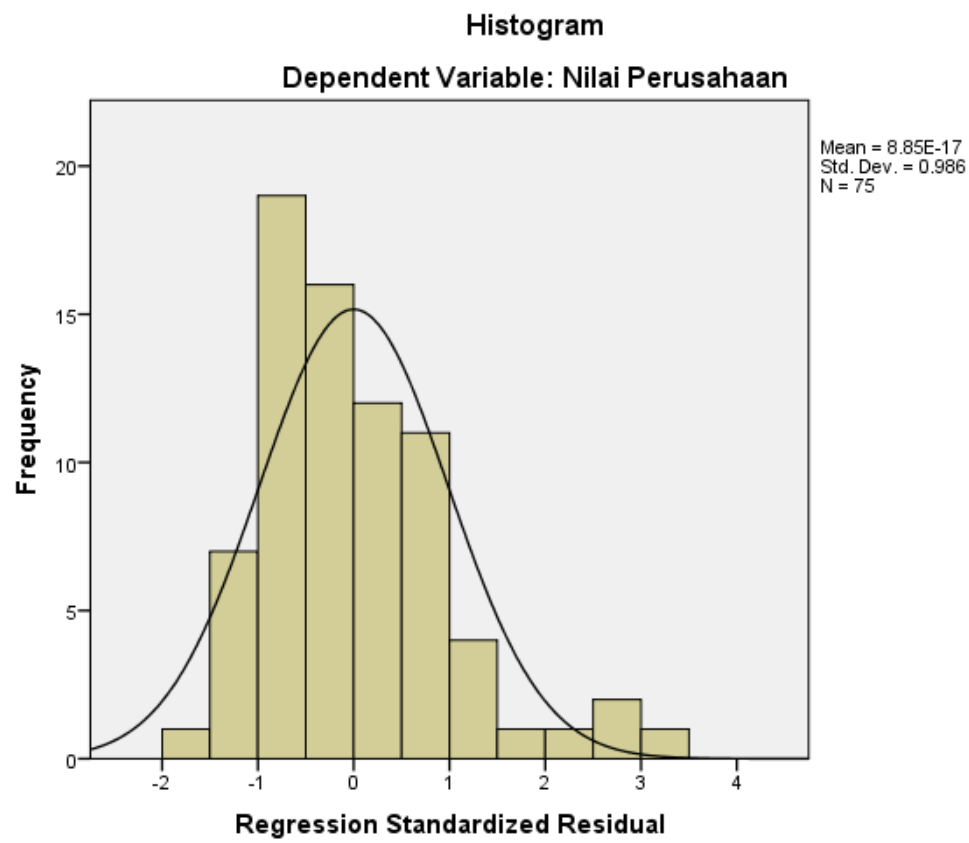
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.93518643
Most Extreme Differences	Absolute	.206
	Positive	.206
	Negative	-.082
Test Statistic		.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji normalitas setelah data outlier dikeluarkan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13837043
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.082
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

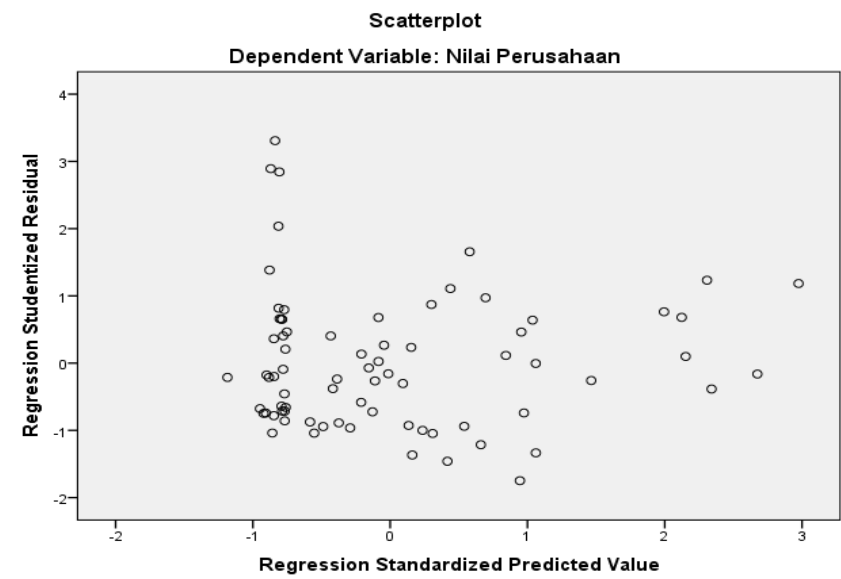


Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pertumbuhan Penjualan	.971	1.030
	Profitabilitas	.971	1.030

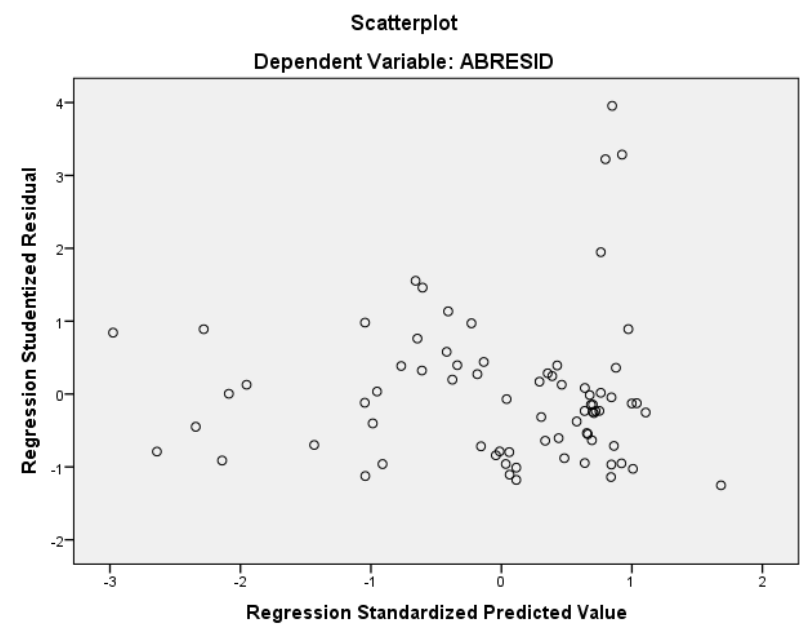
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji heterokedastisitas



Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.712	.273		6.270	.000
	Pertumbuhan Penjualan	.116	.872	.016	.132	.895
	Profitabilitas	-.014	.022	-.077	-.646	.520

a. Dependent Variable: ABRESID



Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.336 ^a	.113	.088	2.16787	2.185

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pertumbuhan Penjualan	75	.00	1.02	.1753	.18523
Profitabilitas	75	.01	27.80	6.2250	7.30974
Nilai Perusahaan	75	.11	9.44	2.9913	2.27041
Valid N (listwise)	75				

Uji Koefisien regresi

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
Model					
1	(Constant)	2.409	.432		5.575 .000
	Pertumbuhan Penjualan	-.324	1.381	-.026	-.235 .815
	Profitabilitas	.103	.035	.331	2.934 .004

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji t

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
Model					
1	(Constant)	2.409	.432		5.575 .000
	Pertumbuhan Penjualan	-.324	1.381	-.026	-.235 .815
	Profitabilitas	.103	.035	.331	2.934 .004

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.079	2	21.539	4.583	.013 ^b
	Residual	338.374	72	4.700		
	Total	381.453	74			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan

Analisis determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.336 ^a	.113	.088	2.16787

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan