

**PENGARUH SALES GROWTH DAN FIRM SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

*THE EFFECT OF SALES GROWTH AND FIRM SIZE ON FIRM VALUE
IN FOOD AND BEVERAGE COMPANIES LISTED
ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE*

Oleh:

¹Claudia Meygriza Dolontelide
²Anneke Wangkar

¹²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

claudiameygrizadolontelide@gmail.com

anneke_wangkar@yahoo.co.id

Abstrak: Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki basis pendapatan besar baik dari hasil penjualan produk maupun investasi perusahaan dan ukuran perusahaan pada sub sektor ini juga bervariasi. Tujuan utama dan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan agar perusahaan dapat bertahan hidup dalam dunia bisnis global. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *sales growth* dan *firm size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2018. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 13 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *sales growth* dan *firm size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2018. Perusahaan diharapkan dapat memberi perhatian pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan guna meningkatkan nilai perusahaan.

Kata Kunci: *sales growth, firm size, nilai perusahaan.*

Abstract: Food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange have a large revenue base both from product sales and company investment and the size of the company in this sub-sector also varies. The main purpose and long-term goal of a company is to maximize the value of the company so that the company can survive in the world of global business. The purpose of this study is to determine the effect of sales growth and firm size on firm value in food and beverage companies listed on the IDX for the period 2015-2018. This study used associative method with quantitative approach. The sampling method used is purposive sampling method. The samples used in this study were 13 food and beverage companies listed on the IDX. The analytical tool used is multiple linear regression. The results showed that partially sales growth and firm size had a significant positive effect on the value of the firm in the food and beverage companies listed on the IDX for the 2015-2018 period. The company is expected to pay attention to the factors that can affect sales growth and company size to increase firm value.

Keywords: *sales growth, firm size, firm value.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan nilai saham perusahaan. Memaksimalkan nilai pasar saham perusahaan berarti memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, karena seluruh keputusan keuangan akan terefleksi di dalamnya (Keown *et al.*, 1999 : 4). Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) adalah salah satu faktor yang dapat mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu dan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa depan (Pantow, Murni dan Trang, 2015). Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan kinerja pemasaran dari suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam satu area industri yang sama. Prospek pertumbuhan yang baik di masa depan yang ditunjukkan dari pertumbuhan penjualan juga dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan untuk memberikan *return* saham yang tinggi bagi investor. Setiap perusahaan mempunyai ukuran yang berbeda, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar pula modal yang diinvestasikan di berbagai jenis usaha. Semakin besar ukuran perusahaan (*firm size*) maka akan lebih mudah untuk memperoleh dana yang digunakan untuk operasional perusahaan. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari besarnya total kekayaan yang dimiliki perusahaan, total kekayaan inilah yang memberikan kepercayaan pihak eksternal saat akan menginvestasikan dananya.

Objek penelitian ini merupakan perusahaan-perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan makanan dan minuman mempunyai basis pendapatan besar baik dari hasil penjualan produk maupun investasi perusahaan dan ukuran perusahaan pada sub sektor ini juga bervariasi. Selain itu dikutip dari tulisan Anggraeni (2019) dalam sindonews.com bahwa industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Selanjutnya, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang ikut menopang peningkatan nilai investasi nasional, yakni pada tahun 2018 sektor ini menyumbang hingga Rp56,60 triliun dari realisasi total nilai investasi pada sektor industri manufaktur sepanjang tahun 2018 mencapai Rp222,3 triliun.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *firm size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Signal (*Signalling Theory*)

Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manajer dan pemegang saham tidak mempunyai akses informasi perusahaan yang sama. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajer, sedangkan pemegang saham tidak tahu informasi tersebut sehingga terdapat informasi yang tidak simetri (*asymmetric information*) antara manajer dan pemegang saham, akibatnya ketika informasi mengenai pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan mengalami perubahan, hal itu dapat membawa informasi kepada pemegang saham yang akan mengakibatkan nilai perusahaan berubah. Brigham dan Houston (2006) memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

Sales Growth

Pertumbuhan penjualan (*Sales growth*) dapat diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode (Dewi dan Sujana, 2019). Pertumbuhan penjualan dapat menggambarkan prestasi investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur pertumbuhan di masa yang akan datang. Pengukuran *sales growth* adalah sebagai berikut :

$$\text{Sales growth} = \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan (t-1)}}{\text{Penjualan (t-1)}}$$

Firm Size

Ukuran perusahaan (*firm size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan suatu indikator yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan. Setiap perusahaan

mempunyai ukuran yang berbeda, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar pula modal yang diinvestasikan di berbagai jenis usaha (Kusna dan Setijani, 2018). Rumus ukuran perusahaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Size = LN (\text{Total Aset})$$

Nilai Perusahaan

Memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham berarti memaksimalkan nilai pasar saham perusahaan, karena seluruh keputusan keuangan akan terefleksi di dalamnya (Keown *et al.*, 1999 : 4). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan nilai pasar saham perusahaan, dimana semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik saham (Seviando, 2014). Nilai perusahaan pada penelitian dapat diukur menggunakan rumus PBV sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per lembar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

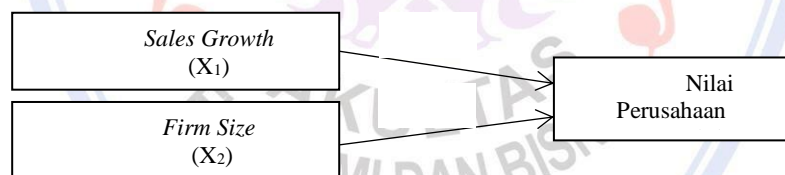
Penelitian Terdahulu

Pantow, Murni dan Trang (2015) dalam penelitiannya berjudul Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, *Return On Asset*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45, hasil penelitian menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ROA dan struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dewi dan Sujana (2019) dalam penelitiannya berjudul Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan, hasil penelitian menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan risiko bisnis berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Aditama (2015) dalam penelitiannya berjudul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI, hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kerangka Konseptual Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Konseptual Pemikiran

Sumber: Landasan teoritis, 2019

Hipotesis

H1: *Sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H2: *Firm size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara pencatatan dan penganalisaan data hasil penelitian secara eksak dengan menggunakan perhitungan statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang sudah *go public*. Sampel yang diambil untuk penelitian ini berjumlah 13 perusahaan pada sub makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2015-2018.

Tabel 1. Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
2	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
3	DLTA	Delta Djakarta Tbk
4	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
6	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
7	MYOR	Mayora Indah Tbk
8	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk
9	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk
10	SKBM	Sekar Bumi Tbk
11	SKLT	Sekar Laut Tbk
12	STTP	Siantar Top Tbk
13	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk

Sumber : Eddyelly.com.

Metode Sampling

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Tujuan dari penggunaan teknik ini adalah untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria yang akan digunakan untuk memilih sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum 2015 dan masih terdaftar hingga tahun 2018.
2. Perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan secara lengkap dan berturut-turut laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan tahunan perusahaan dari tahun 2015 sampai tahun 2018.
3. Menampilkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk menganalisa nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh *sales growth* dan *firm size* selama tahun 2015 sampai tahun 2018.

Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yaitu laporan tahunan (*annual report*) perusahaan makanan dan minuman dan laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), untuk mengetahui perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar selama tahun 2015-2018. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode dokumentasi. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti mencari informasi dengan cara mempelajari dokumen-dokumen seperti laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2018.

Metode dan Proses Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Regresi Linear Berganda. Pengujian regresi linear berganda diawali dengan statistik deskriptif kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan pengujian hipotesis yang terdiri dari Uji Outlier, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas, dan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan Uji R² dan Uji t.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik Deskriptif

*Sales Growth (X1)*Tabel 2. Statistik Deskriptif *Sales Growth (X1)*

No.	Nama perusahaan	2015	2016	2017
1	Tri Banyan Tirta Tbk	0,09	0,02	0,12
2	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,06	0,18	0,03
3	Delta Djakarta Tbk	0,20	0,11	0,00
4	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0,06	0,09	0,03
5	Indofood Sukses Makmur Tbk	0,01	0,04	0,05
6	Multi Bintang Indonesia Tbk	0,10	0,21	0,04
7	Mayora Indah Tbk	0,05	0,24	0,13
8	Prashida Aneka Niaga Tbk	0,09	0,05	0,50
9	Nippon Indosari Corporindo Tbk	0,16	0,16	0,01
10	Sekar Bumi Tbk	0,08	0,10	0,23
11	Sekar Laut Tbk	0,09	0,12	0,10
12	Siantar Top Tbk	0,17	0,03	0,07
13	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk	0,12	0,07	0,04
	Mean	0,00	0,11	0,09
	Minimum	0,20	0,02	0,12
	Maximum	0,17	0,24	0,50

Sumber: Data Olahan Peneliti Tahun 2019

*Firm Size (X2)*Tabel 3. Statistik Deskriptif *Firm Size (X2)*

No.	Nama perusahaan	2015	2016	2017
1	Tri Banyan Tirta Tbk	27,80	27,78	27,73
2	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	28,03	27,99	27,96
3	Delta Djakarta Tbk	27,67	27,81	27,92
4	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	30,91	30,99	31,08
5	Indofood Sukses Makmur Tbk	32,15	32,04	32,11
6	Multi Bintang Indonesia Tbk	28,37	28,45	28,55
7	Mayora Indah Tbk	30,06	30,19	30,33
8	Prashida Aneka Niaga Tbk	27,15	27,21	27,26
9	Nippon Indosari Corporindo Tbk	28,63	28,70	29,15
10	Sekar Bumi Tbk	27,36	27,63	28,12
11	Sekar Laut Tbk	26,66	27,07	27,18
12	Siantar Top Tbk	28,28	28,48	28,48
13	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk	28,90	29,08	29,28
	Mean	28,61	28,72	28,86
	Minimum	26,66	27,07	27,18
	Maximum	32,15	32,04	32,11

Sumber: Data Olahan Peneliti Tahun 2019

Nilai Perusahaan (Y)

Tabel 4. Statistik Deskriptif Nilai Perusahaan (Y)

No.	Nama perusahaan	2015	2016	2017
1	Tri Banyan Tirta Tbk	1,41	1,51	2,04
2	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	0,63	0,90	0,85
3	Delta Djakarta Tbk	4,92	3,97	3,22
4	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	5,08	5,69	5,31
5	Indofood Sukses Makmur Tbk	1,67	2,40	2,15
6	Multi Bintang Indonesia Tbk	22,55	30,17	27,07
7	Mayora Indah Tbk	5,37	6,01	6,29
8	Prashida Aneka Niaga Tbk	0,71	0,94	1,67
9	Nippon Indosari Corporindo Tbk	5,39	5,79	2,84
10	Sekar Bumi Tbk	3,15	1,93	1,43
11	Sekar Laut Tbk	1,68	0,72	2,47
12	Siantar Top Tbk	4,01	3,61	4,16
13	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company Tbk	4,10	3,80	3,67
	Mean	4,67	5,19	4,86
	Minimum	0,63	0,72	0,85
	Maximum	22,55	30,17	27,07

Sumber: Data Olahan Peneliti Tahun 2019

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Outlier

Tabel 5. Hasil Uji Outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore: Sales Growth	5	-	3.8183	.00000	1.0000000
	2	2.32340	3	00	0
Zscore: Firm Size	5	-	2.3054	.00000	1.0000000
	2	1.42893	9	00	0
Zscore: Nilai Perusahaan	5	-	3.7413	.00000	1.0000000
	2	.63750	6	00	0
Valid N (listwise)	5				
	2				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS 23 Tahun 2019

Hasil pada Tabel 5. menunjukkan bahwa pada variabel penelitian yaitu *sales growth*, *firm size* dan nilai perusahaan terdapat *outlier* karena nilai *Z-score* yang dihasilkan melebihi angka +2,50. Adapun Data yang tereliminasi adalah :

1. Observasi ke-6 pada Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2015 melebihi angka +2,50 dengan nilai *Z-score* sebesar 2,61181 pada variabel nilai perusahaan.
2. Observasi ke-19 pada Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2016 melebihi angka +2,50 dengan nilai *Z-score* sebesar 3,74136 pada variabel nilai perusahaan.
3. Observasi ke-32 pada Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2017 melebihi angka +2,50 dengan nilai *Z-score* sebesar 3,28183 pada variabel nilai perusahaan.
4. Observasi ke-34 pada Prashida Aneka Niaga Tbk tahun 2017 melebihi angka +2,50 dengan nilai *Z-score* sebesar 3,81833 pada variabel *sales growth*.

5. Observasi ke-45 pada Multi Bintang Indonesia Tbk tahun 2018 melebihi angka +2,50 dengan nilai *Z-score* sebesar 3,55014 pada variabel nilai perusahaan.

Dengan demikian, jumlah data outlier yaitu sebanyak 5 (lima) data sehingga jumlah observasi untuk uji selanjutnya sebanyak $52 - 5 = 47$ (empat puluh tujuh) data atau observasi.

Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas Residual

			Unstandardized Residual
N			47
Normal Parameters ^{a,b}			
Mean			.0000000
Std. Deviation			1.51001848
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute	.063
		Positive	.058
		Negative	-.063
Test Statistic			.063
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS 23 Tahun 2019

Angka signifikansi atau asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh sebesar 0,200 dimana nilai ini melebihi 0,05 (kasus ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%) sehingga residual mengikuti distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Nilai VIF dan Tolerance

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Sales Growth	.970	1.031
	Firm Size	.970	1.031

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS 23 Tahun 2019

Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari dua variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas karena besarnya nilai VIF < 10,0.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Korelasi Rank Spearman

Spea	Unstandardized	Correlatio	Unstandardized	Sales	Firm
rman's rho	Residual	n Coefficient	Residual	Growth	Size
			1.000	.140	.172
		Sig. (2-tailed)	.	.348	.248
		N	47	47	47
	Sales Growth	Correlatio	.140	1.000	.181
		n Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.348	.	.225
		N	47	47	47
	Firm Size	Correlatio	.172	.181	1.000
		n Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	.248	.225	.
		N	47	47	47

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS 23 Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 8. dapat dilihat bahwa korelasi antara variabel *sales growth* dan *firm size* dengan *Unstandardized Residual* memiliki nilai signifikansi (Sig. 2 tailed) lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang dihasilkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Persamaan Regresi Linear Berganda

Model	Koefisien Regresi
(Constant)	-10,176
Sales Growth	4,990
Firm Size	0,451

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS 23 Tahun 2019

Berdasarkan hasil dari Tabel 9. dapat dikembangkan dengan menggunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -10,176 + 4,990 X_1 + 0,451 X_2$$

1. Konstanta (α) sebesar -10,176; ini dapat diartikan jika variabel *sales growth* dan *firm size* nilainya adalah 0, maka variabel nilai perusahaan nilainya adalah -10,176.
2. Koefisien regresi X_1 yang merupakan variabel *sales growth* sebesar 4,990 artinya setiap bertambahnya satu satuan variabel *sales growth* akan menambah nilai perusahaan sebesar 4,990. Dan sebaliknya, setiap berkurangnya satu satuan variabel *sales growth*, akan mengurangi nilai perusahaan sebesar 4,990 dengan anggapan bahwa variabel *firm size* nilainya tetap. Tanda (+) menunjukkan arah hubungan yang searah antara variabel *sales growth* dengan nilai perusahaan.
3. Koefisien regresi X_2 yang merupakan variabel *firm size* sebesar 0,451 artinya setiap bertambahnya satu satuan variabel *firm size* akan menambah nilai perusahaan sebesar 0,451. Dan sebaliknya, setiap berkurangnya satu satuan variabel *firm size*, akan mengurangi nilai perusahaan sebesar 0,451 dengan anggapan bahwa variabel *sales growth* nilainya tetap. Tanda (+) menunjukkan arah hubungan yang searah antara variabel *firm size* dengan nilai perusahaan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian Ketepatan Perkiraan (Uji R^2)

Tabel 10. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.516 ^a	.266	.233	1.54396	2.760

a. Predictors: (Constant), Firm Size, Sales Growth

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS 23 Tahun 2019

Dari Tabel 10. dapat dilihat bahwa angka koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,266. Hal ini berarti kemampuan variabel *sales growth* dan *firm size* dalam menerangkan variasi perubahan variabel nilai perusahaan sebesar 26,6% sedangkan sisanya sebesar 73,4% (100-26,6%) diterangkan oleh faktor-faktor lain di luar model regresi yang dianalisis.

Pengujian Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 11. Uji t (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-10.176	4.305			2.364	.023
	Sales Growth	4.990	2.418	.271		2.064	.045
	Firm Size	.451	.150	.395		3.009	.004

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Sumber : Hasil Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi SPSS 23 Tahun 2019

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 11. dapat disimpulkan bahwa pada variabel *sales growth* diperoleh t_{hitung} sebesar 2,064 dengan signifikansi sebesar 0,045 yang nilainya dibawah 0,05. Dengan demikian H1 diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *sales growth* terhadap nilai perusahaan.

Untuk variabel *firm size* diperoleh t_{hitung} sebesar 3,009 dengan probabilitas sebesar 0,004 yang nilainya dibawah 0,05. Dengan demikian H2 diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel *firm size* terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,064 dengan probabilitas sebesar 0,045 yang nilainya dibawah 0,05. Ini membuktikan bahwa *sales growth* yang diukur menggunakan perbandingan prestasi pertumbuhan pendapatan/penjualan dari tahun ke tahun pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV). Dalam teori signal menyatakan tindakan yang diambil perusahaan dapat memberikan petunjuk bagaimana para investor memandang prospek perusahaan di masa mendatang. Signal tersebut dapat memberikan informasi yang menyatakan perusahaan tersebut dapat lebih baik daripada perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan lebih *profitable* dan hal ini merupakan signal positif bagi investor. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aditama (2015) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Sales growth* yang diukur dengan rasio pertumbuhan dan nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV) memiliki hubungan yang searah yang artinya bahwa setiap bertambahnya nilai pada rasio pertumbuhan akan menambah nilai perusahaan (PBV). Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *firm size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 3,009 dengan probabilitas sebesar 0,004 yang nilainya dibawah 0,05. Ini membuktikan bahwa *firm size* yang diukur dari *total assets* yang dimiliki perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV). Hal tersebut mendukung teori signal, karena investor akan menangkap hal tersebut sebagai signal positif terkait kemampuan perusahaan memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan yang tentu saja berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan investor. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016) dimana penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *firm size* yang diukur dengan $\ln.total\ assets$ dan nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* (PBV) memiliki hubungan yang searah yang artinya bahwa setiap bertambahnya nilai pada $\ln.total\ assets$ perusahaan akan menambah nilai perusahaan (PBV). Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa *firm size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan terdukung.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. *Sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
2. *Firm Size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Saran

Saran dari penelitian ini adalah:

1. Bagi investor, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada para investor untuk dijadikan bahan pertimbangan mengenai pengaruh *sales growth* dan *firm size* terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi perusahaan, karena *sales growth* dan *firm size* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka sepatutnya perusahaan memberikan perhatian terhadap setiap peluang yang bermanfaat bagi keberlangsungan hidup perusahaan terutama bagi faktor-faktor yang akan mempengaruhi pertumbuhan penjualan. Selain itu diperlukan kebijakan dan perhatian dari perusahaan terkait dengan penggunaan *asset* perusahaan dimana dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan *total assets* yang dimiliki perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, F. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Skripsi*. <http://lib.unnes.ac.id/22289/1/7211411063-s.pdf>. Diakses tanggal 25 Maret 2019.
- Anggraeni, R. 2019. *Industri Makanan dan Minuman Jadi Andalan*. <https://ekbis.sindonews.com/read/1379917/34/industri-makanan-dan-minuman-jadi-andalan-1550504432>. Diakses tanggal 13 Juni 2019.
- Brigham, E. F., dan Houston, J. F. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Sepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Bursa Efek Indonesia. *Laporan Keuangan Dan Tahunan*. <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>. Diakses tanggal 10 Februari 2019.
- Dewi, I. A. P. T., dan Sujana, I. K. 2019. Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.26.1.Januari (2019): 85-110*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/43982/27650>. Diakses tanggal 27 Maret 2019.
- Eddyelly.com. *Daftar Perusahaan Manufaktur Tahun 2018*. <https://www.eddyelly.com/2019/01/daftar-perusahaan-manufaktur-tahun-2018.html>. Diakses tanggal 14 Mei 2019.
- Idnfinancials.Com. *Laporan Keuangan Perusahaan*. <https://www.idnfinancials.com/>. Diakses tanggal 20 Mei 2019.
- Keown, A. J., Scott, D. F. Jr., Martin, J. D., Petty, J. W., dan Djakman, C. D. 1999. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi Ketujuh*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kusna, I., dan Setijani, E. 2018. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol.6, No.1,2018:93-102*. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/download/2155/1532>. Diakses tanggal 1 April 2019.
- Pantow, M. S. R., Murni, S. dan Trang, I. 2015. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Vol.3.No.1(2015)*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7801>. Diakses tanggal 27 Maret 2019.
- Pratama, I. G. B. A., dan Wiksuana, I. G. B. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Journal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 2, 2016: 1338-1367*. <https://www.neliti.com/id/publications/255140/pengaruh-ukuran-perusahaan-dan-leverage-terhadap-nilai-perusahaan-dengan-profitabilitas>. Diakses tanggal 28 Maret 2019.
- Seviando, Y. 2014. Pengaruh Return On Asset dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 -2012. *Skripsi*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65561/pengaruh-return-on-asset-dan-return-on-equity-terhadap-nilai-perusahaan-pada-perusahaan-pertambangan-yang-listing-di-bursa-efek-indonesia-periode-2009-2012.html>. Diakses tanggal 3 April 2019.