

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI  
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015 - 2019**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**WILDAH DINATUNNAZHIFAH  
NPM. 178320135**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)24/12/21

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI  
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015 - 2019**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area**

**OLEH :**

**WILDAH DINATUNNAZHIFAH  
NPM. 178320135**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)24/12/21

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019

Nama Mahasiswa : WILDAH DINATUNNAZHIFAH

No. Stambuk : 17.832.0135

Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Disetujui Oleh:  
Komisi Pembimbing

(Drs. H. Miftahuddin, MBA)

Pembimbing

Mengetahui:

  
(Dr. H. Ihsan Effendi, M.Si)  
Dekan

  
(Wan Rizca Amelia, SE, M.Si)  
Ka Prodi Manajemen

**Tanggal/Bulan/Tahun Lulus: 05/Agustus/2021**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS**

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019**”, disusun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari, ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada saat skripsi ini dibuat.

Medan, 5 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan,



**Wildah Dinatunnazhifah**

NPM. 17.832.0135

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WILDAH DINATUNNAZHIFAH  
NPM : 178320135  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019**. Dengan hak bebas royalti noneklusif ini, Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk database, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama masih mencatumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 5 Agustus 2021

Yang Membuat Pernyataan,



**Wildah Dinatunnazhifah**

NPM. 17.832.0135

## ABSTRAK

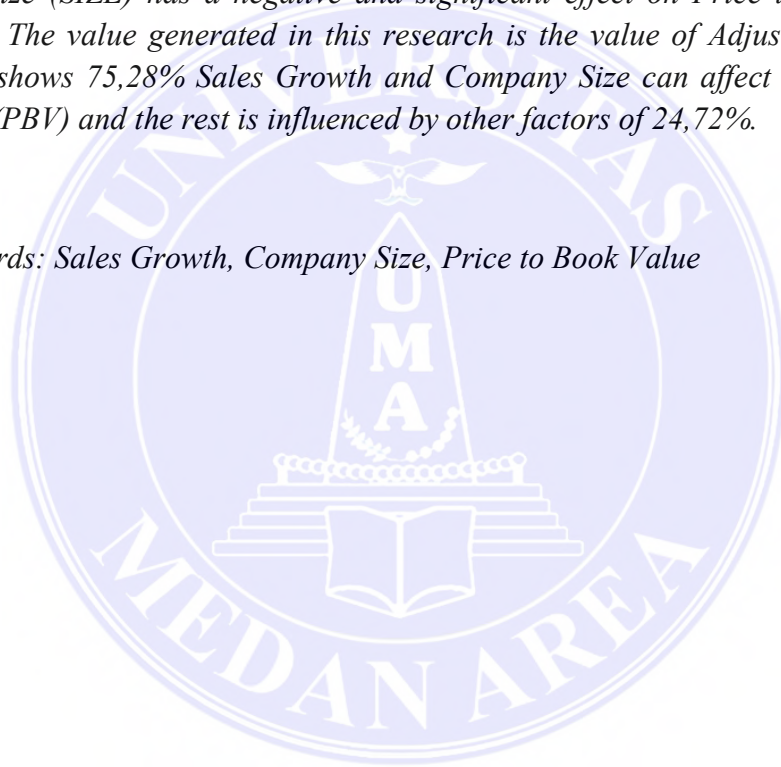
Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan terhadap Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam jangka periode waktu 2015-2019. Jenis dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah 88 (delapan puluh delapan) Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 50 (lima puluh) dalam jangka periode waktu 2015-2019 dengan jumlah 10 perusahaan terpilih. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi non partisipan. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan Eviews 9. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Ukuran Perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Nilai yang dihasilkan dalam penelitian kali ini adalah nilai Adjusted R-squared yang menunjukkan 75,28% Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan mampu mempengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) dan sisanya dijelaskan oleh faktor lain sebesar 24,72%.

Kata Kunci : Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

## ABSTRACT

*This study aims to determine whether Sales Growth and Company Size have an influence on Firm Value on Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2015-2019 time period. The type in this research is associative research. The data source used in this research is secondary data. The population in this study were 88 (eighty eight) Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector. The samples taken in this study were 50 (fifty) in the period 2015-2019 with a total of 10 selected companies. The data collection technique used was the non-participant observation method. The data analysis technique is performed using Eviews 9. The results of hypothesis testing show that Sales Growth does not have a significant effect on Price to Book Value (PBV). Firm Size (SIZE) has a negative and significant effect on Price to Book Value (PBV). The value generated in this research is the value of Adjusted R-squared which shows 75,28% Sales Growth and Company Size can affect Price to Book Value (PBV) and the rest is influenced by other factors of 24,72%.*

*Keywords: Sales Growth, Company Size, Price to Book Value*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum, Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Alhamdulillah, tiada kata yang patut saya sampaikan kecuali rasa syukur yang begitu dalam atas kehadiran Allah SWT Sang Pencipta Yang Maha Agung, Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019”. Adapun penyelesaian skripsi ini sebagai salah satu dari syarat penyelesaian Studi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Sebagai manusia biasa yang tak luput dari kesalahan, saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu, saya ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada orang-orang yang sudah membantu saya dalam menuju keberhasilan dan kesuksesan baik keluarga, dosen maupun teman-teman seperjuangan saya. Dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati saya yang paling dalam, saya ingin mengucapkan beribu kata terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.



4. Bapak Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
5. Ibu Wan Rizca Amelia SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
6. Bapak Haryaji Catur Putera Hasman, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Bapak Drs. Miftahuddin, MBA, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kontribusi ilmu, masukan-masukan, saran yang begitu bermanfaat bagi saya sehingga saya bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.
8. Ibu Dr. Lailan Tawila, SE, M.Si selaku Ketua Sidang Meja Hijau, Bapak Ir. Tohap Parulian, MM, selaku Dosen Penguji dan Bapak Dahrul Siregar, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris Pembimbing.
9. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan banyak ilmunya, arahan, bimbingan serta nasihatnya kepada saya selama menuntut ilmu di Universitas Medan Area
10. Seluruh pegawai Akademik yang telah memberikan kemudahan dalam proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
11. Kedua orang tua yang paling dan sangat saya cintai, yang telah membesarkan saya yaitu Ayahanda Drs. H. Syamsuddin Ali Jaya dan Ibunda Murni Dahlena Hasibuan. Terima kasih atas banyaknya doa-doa yang setiap hari selalu dipanjatkan, pesan dan nasihat, kasih sayang,

dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Saya persembahkan skripsi ini khusus kepada orang tua saya.

12. Abang saya tercinta, Iyad Hafizhulluthfi yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya untuk kesuksesan saya kelak.

13. Kepada sahabat-sahabat saya masa sekolah dulu (Rani, Isa, Caca, Nisa, Tasya) dan sahabat-sahabat kuliah saya serta penyemangat saya Sehun dan Jeno yang selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

14. Kepada orang-orang baik yang namanya tidak bisa saya sebut satu-persatu, saya sangat berterima kasih atas dukungan, doa, motivasi yang banyak diberikan untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan wawasan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, saya sangat membutuhkan segala kritik dan saran yang bermanfaat agar kedepannya saya bisa menjadi yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan menjadi tambahan ilmu yang berguna khususnya dalam ilmu pengetahuan manajemen keuangan. Amin yaa Rabbal'Alamiin.

Medan, 5 Agustus 2021

Penulis

**Wildah Dinatunnazhifah**

178320135

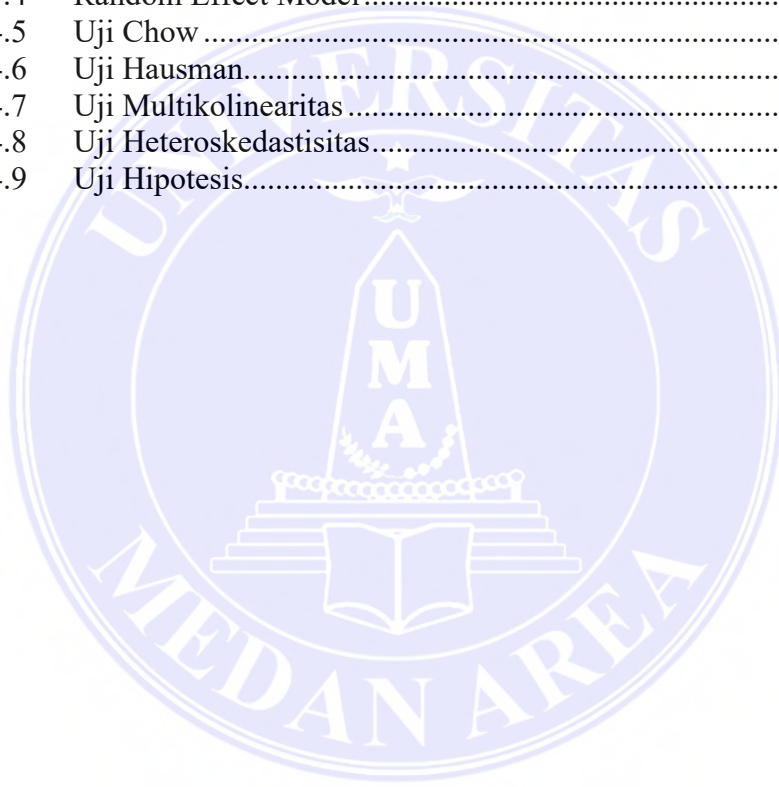
## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Nilai Perusahaan.....	12
A. Pengertian Nilai Perusahaan .....	12
B. Pengertian Nilai Perusahaan Menurut Para Ahli.....	13
C. Jenis-jenis Nilai Perusahaan.....	15
2.2 Pertumbuhan Penjualan.....	16
2.3 Ukuran Perusahaan.....	17
A. Pengertian Ukuran Perusahaan Menurut Beberapa Sumber. ....	18
B. Indikator Ukuran Perusahaan.....	19
2.4 Penelitian Terdahulu .....	21
2.5 Kerangka Konseptual .....	25
2.6 Hipotesis.....	26
A. Pertumbuhan Penjualan.....	26
B. Ukuran Perusahaan .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	29
A. Populasi.....	29
B. Sampel .....	29
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	31
A. Variabel Independen (X).....	31
B. Variabel Dependen (Y).....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	32
A. Jenis Data.....	32

B. Sumber Data.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
A. Statistik Deskriptif.....	33
B. Analisis Regresi Berganda dengan Model Data Panel.....	33
C. Uji Asumsi Klasik.....	35
D. Uji Hipotesis.....	37
 BAB IV HASIL PENELITIAN .....	40
4.1 Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia.....	40
4.2 Teknik Analisis Data.....	54
A. Statistik Dekskriptif.....	54
B. Analisis Regresi dengan Model Data Panel.....	54
C. Uji Asumsi Klasik.....	63
D. Uji Hipotesis.....	65
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
A. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.....	69
B. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	70
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
 DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN.....	77

## DAFTAR TABEL

No.		Halaman
Tabel 1.1	Pertumbuhan Penjualan.....	5
Tabel 1.2	Ukuran Perusahaan.....	6
Tabel 1.3	Nilai Perusahaan.....	7
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1	Rencana Waktu Penelitian .....	29
Tabel 3.2	Sampel Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Kriteria.....	30
Tabel 4.1	Analisis Deskriptif .....	54
Tabel 4.2	Common Effect Model.....	56
Tabel 4.3	Fixed Effect Model .....	57
Tabel 4.4	Random Effect Model.....	59
Tabel 4.5	Uji Chow .....	60
Tabel 4.6	Uji Hausman.....	62
Tabel 4.7	Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4.8	Uji Heteroskedastisitas.....	65
Tabel 4.9	Uji Hipotesis.....	66



## DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.2	Kerangka Konseptual.....	26
Tabel 4.1	Uji Normalitas.....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Hasil Pengolahan.....	77
Lampiran 2 <i>Output</i> Hasil Uji Statistika.....	79
Lampiran 3 Surat Izin Penulisan.....	81



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan badan usaha yang bergerak pada bidang yang terletak di tempat yang berbeda-beda. Perbedaan perusahaan manufaktur adalah pekerjaannya menggunakan mesin, peralatan, serta tenaga kerja yang tertentu. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan industri yang biasanya kegiatannya lebih mengandalkan modal dari investor sehingga perusahaan manufaktur harus mampu dalam menjaga kestabilan keuangannya. Hal ini lah yang menjadi persaingan di dunia bisnis saat ini dari hari ke hari tampaknya semakin ketat. Kebanyakan orang yang membangun suatu perusahaan harus berusaha untuk mencapai target atau tujuan utamanya. Beberapa perusahaan yang sudah didirikan pastinya memiliki beberapa tujuan untuk mencapai target maksimal kekayaan yang dimiliki oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham. Persaingan bisnis yang cukup kompetitif ini membuat pelaku bisnis harus meningkatkan kinerjanya agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan mencapai tujuan utamanya dalam membangun sebuah perusahaan, yaitu dengan memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimumkan kemakmuran pemegang saham.

Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari beberapa macam yang berbeda-beda pula setiap fungsionalnya. Namun hanya 10 (sepuluh) perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menjadi objek penelitian yang saya ambil yakni : Chitose



International Tbk, merupakan perusahaan yang memproduksi peralatan *furniture* yang juga produk yang dihasilkan paling banyak diminati oleh masyarakat perkantoran, rumah sakit dan sekolah. Martina Berto Tbk dan Mustika Ratu Tbk merupakan perusahaan yang sama-sama bergerak di bidang kecantikan. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri tembakau atau rokok. Unilever Indonesia Tbk, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konsumsi rumah tangga seperti sabun, deterjen, es krim, dll. Mayora Indah dan Siantar Top Tbk, merupakan perusahaan yang juga sama-sama memproduksi makanan. Kalbe Farma Tbk dan Tempo Scan Pasific Tbk merupakan perusahaan yang bersama-sama bergerak di bidang farmasi.

Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang sangat penting bagi setiap perusahaan yakni pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan bagaimana perusahaan mengelola penjualannya dengan meningkatkan strategi yang telah disusun sebelumnya. Salah satu pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari hasil kenaikan penjualan dari tahun ke tahun khususnya hasil kenaikan penjualan di masa lalu. Dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi, perusahaan dapat memprediksi pertumbuhan penjualannya di masa depan. Hal inilah yang menjadi alasan kuat bahwa pertumbuhan penjualan merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan dapat berkembang. Bagi para kreditor, memantau perkembangan pertumbuhan penjualan suatu perusahaan merupakan salah satu bukti dari aktivitas pemanfaatan sumber daya yang dilakukan oleh setiap perusahaan.

Meningkatnya pertumbuhan penjualan bagi suatu perusahaan sangat berdampak dengan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan didefinisikan besar kecil suatu perusahaan dengan berbagai cara, yakni : ukuran pendapatan, jumlah karyawan, total aktiva, nilai pasar saham dan total modal. Semakin besar ukuran perusahaan, maka cenderung menggunakan modal asing juga akan semakin besar (Halim, 2009:93). Hal ini dikarenakan perusahaan besar membutuhkan dana yang besar untuk menunjang biaya operasionalnya. Salah satu alternatif pemenuhannya adalah melalui modal asing jika seandainya modal sendiri tidak mencukupi batas yang diinginkan. Jika dana yang diperoleh semakin banyak, maka biaya operasional suatu perusahaan terlihat mendukung secara maksimal. Dewi dan Wirajaya (2013:360) menyebut ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal.

Nilai perusahaan yang tinggi kebanyakan menjadi keinginan terbesar bagi para pemilik perusahaan dikarenakan jika nilai perusahaan mencapai hasil yang memuaskan, hal tersebut menunjukkan bahwa para pemegang saham akan mengalami kemakmuran serta akan mengalami peningkatan. Jika harga saham mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan tersebut juga ikut meningkat dimana para pemilik perusahaan juga akan menginginkan nilai perusahaan yang ikut melambung tinggi. Dengan melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dapat tercapai pula optimalisasi nilai perusahaan yang dimana salah satu dari beberapa keputusan keuangan yang diambil, hal tersebut akan berdampak pada nilai perusahaan dan juga akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya (Wibawa dan Wijaya, 2010). Nilai perusahaan merupakan suatu keberhasilan dari

pelaksanaan fungsi-fungsi keuangan. Ekspektasi nilai investasi dari pemegang saham (harga pasar ekuitas) atau ekspektasi nilai total perusahaan (harga pasar ekuitas ditambah dengan nilai pasar hutang), atau ekspektasi harga pasar aktiva merupakan suatu gambaran dari nilai perusahaan. Sudana (2011:7) berpendapat bahwa nilai perusahaan terlihat pada harga saham perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Keberhasilan salah satu perusahaan dalam mencapai tujuan utamanya ataupun memaksimalkan nilai perusahaannya salah satunya adalah dengan meningkatkan hasil dari pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan sehingga menghasilkan nilai perusahaan yang besar. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yakni pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.

Sektor industri pada perusahaan manufaktur di Indonesia mulai dijadikan sebagai tulang punggung ekonomi oleh pemerintah melalui menteri koordinator perekonomian pada tahun 2015 dikarenakan perusahaan industri berorientasi dalam mengespor dan juga membutuhkan banyak tenaga kerja. Sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu bagian dari perusahaan manufaktur sektor industri yang terdapat di Indonesia. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi merupakan pilihan utama dari para investor untuk menginvestasikan dana mereka. Hal tersebut terjadi akibat saham-saham dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi terus-menerus menghasilkan potensi kenaikan.

Berikut ini merupakan data persentase dari 10 (sepuluh) laporan keuangan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia seperti :

**Tabel 1.1 Pertumbuhan Penjualan**  
**Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI**  
**Tahun (2015-2019)**

Nama Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan				
	2015	2016	2017	2018	2019
Chitose International Tbk	315.229.89 0.328	327.426.14 6.630	373.955.85 2.243	370.390.736. 433	411.783.279. 013
Martino Berto Tbk	694.782.75 2.351	685.443.92 0.925	731.577.34 3.628	502.517.714. 607	537.567.605. 097
Mustika Ratu Tbk	428.092.73 2.505	344.361.34 5.265	344.678.66 6.245	300.572.751. 733	305.224.577. 860
Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	89.069.306	95.466.657	99.091.484	106.741.891	106.055.176
Unilever Indonesia Tbk	36.484.030	40.053.732	41.204.510	41.802.073	42.922.563
Mayora Indah Tbk	14.818.730. 635.847	18.349.959. 898.358	20.816.673. 946.473	24.060.802.3 95.725	25.026.739.4 72.547
Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	31.741.094	34.466.069	35.606.593	38.413.407	42.296.703
Kalbe Farma Tbk	17.887.464. 223.321	19.374.230. 957.505	20.182.120. 166.616	21.074.306.1 86.027	22.633.476.3 61.038
Tempo Scan Pasific Tbk	8.181.481.8 67.179	9.138.238.9 93.842	9.565.462.0 45.199	10.088.118.8 30.780	10.993.842.0 57.747
Siantar Top Tbk	2.544.277.8 44.656	2.629.107.3 67.897	2.825.409.1 80.889	2.826.957.32 3.397	3.512.509.16 8.853

*Sumber : Data diolah peneliti*

Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan mengalami perubahan yang berbeda-beda bagi setiap perusahaan di atas. Jika melihat dari jumlah persentasi kenaikan dari 10 (sepuluh) perusahaan, 4 (empat) perusahaan diantaranya mengalami kenaikan serta penurunan maupun kenaikan yang tak

beraturan. Tinggi rendahnya permintaan konsumen sangat mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang mengalami peningkatan pendapatan suatu perusahaan, dapat membantu perusahaan untuk melakukan ekspansi usahanya agar nilai perusahaan semakin meningkat.

Selain itu, tak hanya Pertumbuhan Penjualan yang dapat membantu dalam melakukan upaya ekspansi usahanya, namun juga Ukuran Perusahaan.

**Tabel 1.2 Ukuran Perusahaan**  
**Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI**  
**Tahun (2015-2019)**

Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan (SIZE)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Chitose International Tbk	382.807.49 4.765	399.336.62 6.636	476.577.84 1.605	491.382.035. 136	521.493.784. 876
Martino Berto Tbk	648.899.37 7.240	709.959.16 8.088	780.669.76 1.787	46.602.420	50.902.806
Mustika Ratu Tbk	497.090.03 8.108	483.037.17 3.864	497.354.41 9.089	511.887.783. 867	532.762.947. 995
Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	38.010.724	42.508.277	43.141.063	46.602.420	50.902.806
Unilever Indonesia Tbk	15.729.945	16.745.695	18.906.413	19.522.970	20.649.371
Mayora Indah Tbk	11.342.715. 686.221	12.922.421. 859.142	14.915.849. 800.251	17.591.706.4 26.634	19.037.918.8 06.473
Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	26.560.624	28.901.948	31.619.514	34.367.153	38.709.314
Kalbe Farma Tbk	13.696.417. 381.439	15.226.009. 210.657	16.616.239. 416.335	18.146.206.1 45.369	20.264.726.8 62.584
Tempo Scan Pasific Tbk	6.284.729.0 99.203	6.585.807.3 49.438	7.434.900.3 09.021	7.869.975.06 0.326	8.372.769.58 0.743
Siantar Top Tbk	1.919.568.0 37.170	2.336.411.4 94.941	2.342.432.4 43.196	2.631.189.81 0.030	2.881.563.08 3.954

*Sumber : Data diolah peneliti*

Pada tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa nilai dari Ukuran Perusahaan yang dimiliki oleh Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Disimpulkan bahwa nilai asset yang dimiliki masing-masing perusahaan di setiap tahunnya mengalami pertumbuhan. Asset yang mengalami penambahan diperoleh akibat aktiva lancar yang terus bertambah berupa kas, piutang, persediaan lainnya serta aktiva tetap yang juga bertambah berupa tanah, bangunan, mesin, kendaraan, dll.

Pihak manajemen perusahaan dikatakan mampu memberikan nilai maksimum apabila perusahaan tersebut masuk ke pasar. Oleh karena itu Nilai Perusahaan dinilai sangat penting karena kemakmuran pemegang saham akan tinggi apabila nilai perusahaan tersebut juga tinggi. Dan para investor pasti akan melirik perusahaan yang sudah *go public* untuk menanamkan modalnya dikarenakan transparannya laporan keuangan dan kinerja perusahaan yang memudahkan calon investor untuk dapat mengetahuinya.

**Tabel 1.3 Nilai Perusahaan**  
**Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI**  
**Tahun (2015-2019)**

Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan (PBV)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Chitose International Tbk	0,21	0,25	0,24	0,20	0,18
Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	14,18	13,2	14,73	12,2	6,78
Mustika Ratu Tbk	0,21	0,25	0,24	0,20	0,18
Hanjaya Mandala	14,18	13,2	14,73	12,2	6,78

Sampoerna Tbk					
Unilever Indonesia Tbk	58,0	68,7	72,7	44,0	61,6
Mayora Indah Tbk	4,48	5,54	6,38	6,72	4,72
Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	4,51	5,51	5,02	4,94	4,98
Kalbe Farma Tbk	5,78	5,79	5,43	4,76	4,48
Tempo Scan Pasific Tbk	1,78	1,94	1,6	1,15	1,10
Siantar Top Tbk	3,93	3,57	3,68	2,98	2,56

*Sumber : Data diolah peneliti*

Pada tabel 1.3 memperlihatkan bahwa terjadinya fluktuasi pada Nilai Perusahaan oleh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Terlihat bahwa dari tabel diatas menunjukkan tidak terjadinya hal baik dari Nilai Perusahaan yang didapatkan oleh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Penyebab terjadinya adalah sisi internal perusahaan yakni fundamental perusahaan yang buruk, keputusan yang diambil oleh pihak manajemen perusahaan serta performan yang ditunjukkan oleh perusahaan semakin menurun.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019”**.

## 1.2.Rumusan Masalah

Terjadinya penurunan oleh Pertumbuhan Penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi pada tahun 2016, kemudian naik pada tahun 2017 dan kemudian turun kembali di tahun 2018. Kemudian pada rata-rata Nilai Perusahaan terjadinya penurunan pada perusahaan manufaktur sektor industri konsumsi pada tahun 2016 kemudian turun ditahun 2018 lalu kembali naik di tahun 2019.

Dari rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memunculkan pertanyaan yakni : Bagaimana Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2019.

## 1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2019.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dari berbagai pihak antara lain sebagai berikut :



1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana yang bisa dijadikan tempat berbagi wawasan luas serta menambah ilmu dan juga referensi sebagai pengembangan pemikiran di bidang manajemen keuangan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan agar perusahaan bisa menjadi yang lebih baik lagi dalam upaya pembayaran pajak yang dibebankan agar pendapatan negara dari sektor pajak meningkat.

3. Bagi Akademisi

Sebagai metode referensi bagi penelitian selanjutnya sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang keuangan.

4. Bagi Pihak Lain

Sebagai sarana informasi yang bisa digunakan untuk referensi bagi para pembaca dari para peneliti yang terkait dalam bidang manajemen keuangan.

### 1.5.Sistematika Penulisan

Agar penulisan mudah dimengerti serta memenuhi persyaratan, maka setiap penulisannya terbagi dari beberapa tahapan-tahapan yang masing-masing babnya bisa menjadi suatu rangkaian kalimat yang saling melengkapi. Yakni sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini diuraikan mengenai tinjauan pustaka

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari jenis, lokasi dan waktu penelitian, sampel dan populasi, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dll.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Nilai Perusahaan

##### A. Pengertian Nilai Perusahaan

Mendirikan suatu perusahaan, pemilik perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas yakni berupa keputusan keuangan. Karena tujuan setiap perusahaan menginginkan keuntungan yang maksimal serta ingin memakmurkan pemilik perusahaan dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga saham (Dj, 2011). Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hemastuti (2014:3) berpendapat bahwa nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan bagi setiap para pemilik perusahaan dikarenakan dengan nilai yang tinggi akan menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Harmono (2017:1) mengatakan bahwa tujuan manajemen perusahaan adalah memaksimalkan nilai kekayaan para pemegang saham. Agus Sartono (2012:9) mendefinisikan nilai perusahaan adalah “Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”. Nilai perusahaan sendiri merupakan suatu harga yang bersedia untuk dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.

Secara garis besar, nilai perusahaan merupakan suatu bentuk yang dilakukan oleh investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dilakukannya akibat sering dikaitkan dengan harga saham sehingga dapat meningkatkan hasil dan mutu yang terpercaya. Nilai perusahaan akan tecermin

menurut harga sahamnya (Fama, 1978). Menurut Darsono (2005:109) nilai perusahaan merupakan hasil dari penggunaan nilai sekarang untuk menilai hasil yang akan datang. Nilai perusahaan dapat diukur dengan nilai harga saham di pasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara *riil*.

## **B. Pengertian Nilai Perusahaan Menurut Para Ahli**

1. Pengertian nilai perusahaan menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) merupakan nilai dari harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.
2. Pengertian nilai perusahaan menurut Arraini (2014) merupakan ukuran ekonomi yang mencerminkan nilai pasar seluruh bisnis atau dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan merupakan penetapan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual.
3. Pengertian nilai perusahaan menurut Brigham dan Erdhardt adalah nilai jual dengan melakukan penilaian pada fase dan diskonto yang sesuai dengan tertimbang beban modal yang dimiliki.
4. Pengertian nilai perusahaan menurut Noerirawan adalah nilai jual dalam keadaan yang telah diperoleh dari perusahaan dan akan menjadi gambaran untuk menghasilkan aktivitas yang bermutu pada saat ini.
5. Pengertian nilai perusahaan menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) merupakan nilai dari harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.

6. Pengertian nilai perusahaan menurut Arraini (2014) merupakan ukuran ekonomi yang mencerminkan nilai pasar seluruh bisnis atau dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan merupakan penetapan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual.
7. Pengertian nilai perusahaan menurut Brigham dan Erdhardt adalah nilai jual dengan melakukan penilaian pada fase dan diskonto yang sesuai dengan tertimbang beban modal yang dimiliki.
8. Pengertian nilai perusahaan menurut Noerirawan adalah nilai jual dalam keadaan yang telah diperoleh dari perusahaan dan akan menjadi gambaran untuk menghasilkan aktivitas yang bermutu pada saat ini.

Hermuningsih (2013) mengatakan bahwa nilai perusahaan yang dimaksud adalah nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang, selain itu nilai perusahaan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi terhadap pemegang saham. Dengan adanya peluang investasi dapat menjadikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu *Price to Book Value* (PBV) yang bisa diartikan sebagai perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham (Brigham dan Gapenski, 2006:631). Dengan jumlah PBV yang tinggi akan membuat pasar mempercayai tentang prospek perusahaan ke depannya. Rasio PBV akan menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham pada suatu perusahaan atau tentang bagaimana

perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaannya dengan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Rasio PBV yang semakin tinggi maka semakin tinggi pula harga saham dan sebaliknya jika rasio PBV rendah maka harga saham tersebut juga rendah. Nilai perusahaan dapat dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham (Share Price)}}{\text{Nilai Buku Saham (Book Value per Share)}}$$

### C. Jenis-jenis Nilai Perusahaan

Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) terdapat beberapa konsep yang menjelaskan tentang nilai perusahaan yaitu :

1. Nilai Nominal merupakan nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran pasar perseroan atau nilai yang tercatat secara resmi dalam dana yang dibutuhkan sehingga terciptanya keakuratan dalam neraca yang telah diteliti secara bersama-sama.
2. Nilai Intrinsik merupakan nilai yang memiliki intrinsik dengan rancangan paling cepat sehingga cepat terwujud dikarenakan adanya sebuah kerja sama dalam membentuk nilai riil.
3. Nilai Likuidasi merupakan (*likuidation value*) merupakan jumlah uang yang didapat dan direalisasikan jika sebuah aktiva atau sekelompok aktiva (perusahaan) yang dijual secara terpisah dari organisasi yang telah dijalankan.
4. Nilai Pasar merupakan suatu harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham.

5. Nilai Buku merupakan total aktiva dikurangi kewajiban dan saham preferen yang tercantum dalam neraca.

## 2.2. Pertumbuhan Penjualan

Pea (2017) menyebut bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan perubahan penjualan pada laporan keuangan per tahun yang mencerminkan prospek perusahaan dan profitabilitas di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan mencerminkan perwujudan investasi keberhasilan di masa lalu yang dapat digunakan sebagai prediksi pertumbuhan di masa depan. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Kesuma (2009) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan sejumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mencerminkan peningkatan dalam pendapatan perusahaan.

Pengertian pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menurut Widarjo dan Setiawan (2009) adalah pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan setiap perusahaan, maka perusahaan tersebut dinyatakan berhasil dalam menjalankan strateginya. Indrawati dan Suhento (2006) menyebut pertumbuhan penjualan merupakan perubahan dari total penjualan perusahaan. Subramanyam (2014 : 487) menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan hasil dari satu faktor atau lebih yang terdiri dari perubahan harga, perubahan volume, akuisisi atau divestasi dan perubahan nilai tukar.

Pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis (Rudianto, 2009:56). Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam meningkatkan tingkat penjualannya dari waktu ke waktu. Dalam Penelitiannya Budiman dan Setiyono (2012) menemukan hasil bahwa pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan mengurangi penjualan tahun ini dengan penjualan tahun lalu dan dibagi dengan penjualan tahun lalu dan menggunakan rumus yang tertera di bawah ini.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - (\text{penjualan } t - 1)}{\text{Penjualan } t - 1} \times 100\%$$

Tingkat penjualan menurut Gitosudarmo (1999:21) dalam Asrianti, *et Al* (2016) merupakan barang yang diproduksi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan penjualan yang mempengaruhi perusahaan. Dengan tingkat penjualan yang tinggi maka akan mempengaruhi pertumbuhan penjualan. Detiana (2011) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan juga sebuah indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri.

### 2.3.Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mempengaruhi bagaimana perusahaan mampu dalam memperoleh tambahan modal eksternal untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besaran asset suatu perusahaan. Prasetyorini (2013:186) mengatakan ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang besar kecilnya diklasifikasi dengan berbagai cara antara lain total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dll. Perusahaan yang memperoleh jumlah



asset besar, biasanya akan lebih dikenal oleh masyarakat. Menurut Munawir (2007) perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar umumnya memiliki dorongan kuat dalam menyajikan tingkat profitabilitas dalam jumlah tinggi dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan kecilnya dikarenakan perusahaan dengan skala besar diteliti dan dipandang lebih kritis oleh para investor. Ukuran perusahaan merupakan jumlah dari rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Ukuran perusahaan (SIZE) berhubungan dengan fleksibilitas dan kemampuan dalam mendapatkan sejumlah dana sehingga laba yang diperoleh dilihat dari pertumbuhan perusahaan tersebut (Haruman, 2008).

#### A. Pengertian Ukuran Perusahaan Menurut Beberapa Sumber

1. Menurut Basyaib (2007) ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang besar kecilnya perusahaan telah diklasifikasikan dengan berbagai cara yaitu dari segi ukuran pendapatan, total aset dan total modal. Sehingga jika ukuran pendapatan, total aset dan total modal dalam skala besar, akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat.
2. Menurut Machfoedz (1994) ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang diklasifikasikan besar kecilnya sebuah perusahaan dengan beberapa cara yakni total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dll.
3. Menurut Ibrahim (2008) ukuran perusahaan merupakan sebuah gambaran dari besar kecilnya suatu perusahaan yang penentuannya berasal dari ukuran nominal seperti jumlah kekayaan dan total

penjualan sebuah perusahaan dalam memperoleh satu periode penjualan ataupun kapitalisasi pasar.

4. Menurut Riyanto (2013) ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva.
5. Menurut Brigham dan Houston (2016) ukuran perusahaan merupakan hasil dari rata-rata dari total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai ke beberapa tahun.

## B. Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan akan memengaruhi struktur-struktur dalam pendanaan sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan dari berbagai nilai yaitu total aktiva, penjualan, modal, laba, dll. Nilai tersebut akan menentukan bagaimana besar kecilnya suatu perusahaan. *Firm size* (ukuran perusahaan) diukur dengan mentransformasikan atau mengubah jumlah total aset yang dimiliki suatu perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan pengukuran Log Natural Total Aset yang bertujuan untuk mengurangi jumlah fluktuasi data yang bersifat berlebih. Dari penjelasan tersebut, ukuran perusahaan dirumuskan dengan penjelasan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log. (Total Aset)}$$

Undang-Undang No.20 Tahun 2008 mendefinisikan tentang usaha kecil, mikro dan menengah sebagai berikut :

1. Usaha mikro merupakan usaha dalam bentuk produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan dengan memenuhi kriteria usaha mikro yang sudah diatur dalam undang-undang.
2. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi yang dibentuk dengan produktif yang berdiri sendiri atau melalui orang perorangan atau badan usaha yang tak termasuk anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik secara langsung ataupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha skala besar dengan kriteria usaha kecil yang sudah memenuhi sebagaimana yang telah ditentukan dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah merupakan usaha produktif yang sistemnya berdiri sendiri. Dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang tidak terdiri dari anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah total kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti yang sudah diatur dalam undang-undang.
4. Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan total jumlah keyaan bersih atau hasil dari penjualan tahunan lebih besar jumlahnya dibandingkan usaha menengah serta meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing lainnya yang melakukan suatu kegiatan ekonomi di Indonesia.

## 2.4. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Variabel	Jenis Penelitian
1.	Mawar Sharon R. Pantow, Sri Murni, Irvan Trang. (2015)	Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, <i>Return On Asset</i> dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45.	Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.  Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.  <i>Return on asset</i> dan struktur modal secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	Variabel Independen dalam penelitian ini yaitu pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, return on asset dan struktur modal.  Variabel dependen pada penelitian ini yaitu nilai perusahaan.	Jenis Penelitian ini masuk ke dalam penelitian asosiatif
2.	Dita Tessa Sampriani Limbong dan Mochammad Chabachib. (2016)	Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan	Variabel DER dan <i>Growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROE.	Variabel Independen pada penelitian ini adalah struktur modal, pertumbuhan	Jenis Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif.

		<p>Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening.</p>	<p>Variabel SIZE berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ROE.</p> <p>Variabel ROE dan DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV.</p> <p>Variabel <i>Growth</i> dan SIZE berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap PBV.</p>	<p>penjualan dan ukuran perusahaan.</p> <p>Variabel Dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.</p>	
3.	Bela Febriana Fista dan Dini Widyawati. (2017)	<p>Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.</p>	<p>Kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif.</p>	<p>Variabel Independen pada penelitian ini adalah kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan.</p> <p>Variabel Dependen pada penelitian ini adalah Nilai perusahaan</p>	<p>Jenis Penelitian ini masuk ke dalam penelitian asosiatif.</p>

4.	Ida Ayu Rosa Dewinta dan Putu Ery Setiawan. (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap <i>Tax Avoidance</i> .	Ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap <i>tax avoidance</i> .  <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i> .	Variabel Independen pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> dan pertumbuhan penjualan.  Variabel Dependen pada penelitian ini adalah <i>tax avoidance</i> .	Jenis Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif.
5.	Anita Prastika Tan. (2018)	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan.	Struktur modal dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.  Pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan kebijakan deviden berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	Variabel Independen pada penelitian ini adalah struktur modal, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan dan kebijakan deviden.  Variabel Dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.	Jenis Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif.
6.	Weny Cintia Dewi. (2020)	Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan	Likuiditas secara parsial berpengaruh secara	Variabel Independen pada penelitian ini	Jenis Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif.

		Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018.	signifikan terhadap Nilai Perusahaan.  Pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.  Likuiditas dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	adalah likuiditas dan pertumbuhan penjualan.  Variabel Dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.	
7.	Ni Kadek Desi Darmayanti dan I Ketut Mustanda. (2016)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Jaminan Aset dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Deviden Pada Sektor Industri Barang Konsumsi.	Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan deviden.  Jaminan aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan deviden.	Variabel Independen pada penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan, jaminan aset dan ukuran perusahaan.  Variabel Dependen pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan.	Jenis Penelitian ini adalah penelitian asosiatif.
8.	Andi Kartika. (2016)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Pertumbuhan	Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap	Variabel Independen pada penelitian ini	Jenis Penelitian ini adalah penelitian asosiatif.

		Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	struktur modal.  Struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan.  Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal perusahaan.	adalah profitabilitas, struktur aset, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.  Variabel Dependen pada penelitian ini adalah struktur modal.	
--	--	---	--	--	--

*Sumber : Data Diolah Peneliti*

## 2.5. Kerangka Konseptual

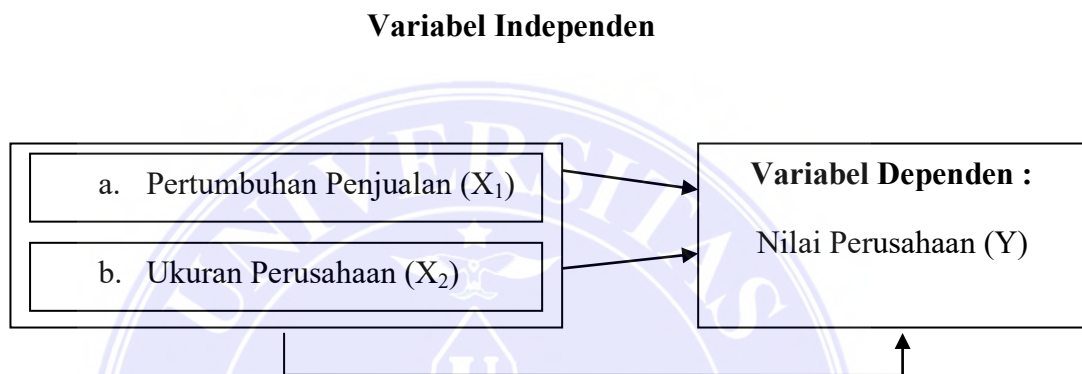
Kerangka konseptual dalam penelitian merupakan suatu hubungan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan secara jelas tentang sebuah topik yang akan dibahas. Secara teoritis, kerangka konseptual akan menghubungkan variabel-variabel penelitian yakni variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini, penulis akan mencantumkan beberapa variabel yang akan diteliti, yaitu :

1. Variabel Independen (Bebas) :
  - a. Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ )



- b. Ukuran Perusahaan ( $X_2$ )
- 2. Variabel Dependen (Terikat) :
  - a. Nilai Perusahaan (Y)

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini seperti pada gambar yang telah tertera, sebagai berikut :



## 2.6.Hipotesis

Hipotesis merupakan sementara terhadap rumusan penelitian, oleh karena itu setiap rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2008:93). Pengertian dari kalimat tersebut adalah karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan pada teori dan belum didasarkan dengan fakta-fakta yang akan diungkap di dalam sebuah penelitian.

Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

### A. Pertumbuhan Penjualan

Setiap perusahaan yang memproduksi suatu produk atau barang pasti pernah mengalami masa pertumbuhan yang naik turun. Tentunya tingkat

pertumbuhan penjualan menjadi topik panas yang memengaruhi sebuah perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis pertama pada penelitian ini yakni sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : Pertumbuhan Penjualan diduga berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.**

## **B. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan dengan jumlah besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan yang sangat baik. Hal itu membuat beberapa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan dalam menangkap sinyal positif para investor. Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu :

**H<sub>2</sub> : Ukuran Perusahaan diduga berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

##### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menemukan hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang merupakan penelitian dengan melakukan kajian pemikiran yang sifatnya ilmiah (Suriasumantri, 2005). Definisi kuantitatif merupakan penelitian yang awalnya didasari berdasarkan asumsi kemudian ditentukan variabel dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode-metode pada penelitian yang *valid*, terutama dalam penelitian kuantitatif (Nana Sudjana dan Ibrahim, 2001). Dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka dalam proses perhitungan dan penganalisa hasil penelitian tersebut. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui hubungan signifikan antara variabel yang akan diteliti sehingga nantinya akan menghasilkan kesimpulan yang memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

##### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada September 2020 hingga selesai dengan objek penelitian perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dimana data tersebut dapat diakses melalui *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

**Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2020-2021									
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agust
1	Penyusunan Proposal	■									
2	Seminar Proposal		■								
3	Pengumpulan Data			■	■						
4	Analisis Data					■	■	■			
5	Seminar Hasil								■		
6	Pengajuan Meja Hijau								■	■	
7	Sidang Meja Hijau										■

### 3.2. Populasi dan Sampel

#### A. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019.

#### B. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019, terdapat 10 perusahaan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan beberapa kriteria, yakni :

- Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2019.
- Masing-masing perusahaan memiliki data dari variabel-variabel yang akan ditentukan dalam periode 2015-2019.
- Laporan keuangan perusahaan yang dikeluarkan sudah lengkap dan sudah diaudit.
- Perusahaan dengan laporan keuangan periode 2015-2019 menggunakan mata uang Rupiah.

Berdasarkan kriteria di atas, maka daftar sampel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Sampel Perusahaan Manufaktur yang Memenuhi Kriteria**

No	Nama Perusahaan
1	Chitose International Tbk
2	Martino Berto Tbk
3	Mustika Ratu Tbk
4	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk
5	Unilever Indonesia Tbk
6	Mayora Indah Tbk
7	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
8	Kalbe Farma Tbk

9	Tempo Scan Pasific Tbk
10	Siantar Top Tbk

Dari 88 (delapan puluh delapan) perusahaan yang terdaftar pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019, peneliti memilih 10 (sepuluh) perusahaan yang akan menjadi sampel berdasarkan dengan kriteria yang sudah ditentukan.

### 3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### A. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan variabel dependen atau variabel yang mempengaruhi (Sugiyono dalam Zulfikar, 2016). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

- Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) merupakan peranan penting dalam setiap perusahaan karena akan menunjukkan tentang seberapa besar profit yang didapatkan. Pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini dihitung dengan cara, sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1}$$

- Ukuran Perusahaan ( $X_2$ ) merupakan gambaran dari besarnya kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Dalam variabel ukuran perusahaan ini menggunakan cara, sebagai berikut :

## Ukuran Perusahaan = Log Natural Total Asset

### B. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel utama yang dipengaruhi atau dikenal sebagai variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono dalam Zulfikar, 2016). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh para investor jika suatu saat nanti perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan sangat penting dikarenakan mencerminkan bagaimana perusahaan melakukan kinerjanya dengan baik sehingga dapat mempengaruhi persepsi para investor terhadap suatu perusahaan.

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham Biasa}}{\text{Nilai Buku Per Lembar}}$$

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

#### A. Jenis Data

Jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data dari sumber penelitian yang diperoleh dari peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau dicatat dari pihak lain.

#### B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019 dan dapat

diakses melalui *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) atau bisa melalui *website* perusahaan masing-masing.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dari metode observasi non partisipan yang melakukan pengamatan dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas namun hanya sebagai pengamat independen. Data tersebut bersumber dari *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu dengan metode analisis statistik deksriptif yang kemudian diolah datanya melalui program Eviews 9.

#### **A. Statistik Dekskriptif**

Ghozali (2016:19) berpendapat bahwa statistik deksriptif memberikan gambaran atau deksripsi dari suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum dan *skewness* (kemencengan distribusi).

#### **B. Analisis Regresi Berganda dengan Model Data Panel**

Menurut Hasan (2008), Regresi termasuk dalam alat ukur yang dipakai untuk mengukur keberadaan korelasi antar-variabel. Regresi diartikan sebagai ramalan atau taksiran. Analisis regresi bisa menganalisa korelasi secara lebih akurat sebab dalam analisis regresi sukar menunjukkan tingkat perubahan sebuah variabel pada variabel lainnya bisa ditentukan (*slop*). Levin dan Rubin (1998: 648), Regresi dipakai dalam menentukan sifat-sifat serta kekuatan relasi antara dua variabel juga meramalkan nilai



sebuah variabel yang belum diketahui yang berlandaskan pengamatan di masa lampau pada variabel itu juga variabel-variabel lain.

Terdapat beberapa teknik dalam menganalisa data panel regresi berganda agar menghasilkan hasil penelitian yang valid, yakni :

- *Common Effect Model* (CEM) atau *Pooled Least Squares*

CEM merupakan salah satu pendekatan dari tiga model regresi berganda data panel yang paling sederhana. Teknik ini menggabungkan dua dimensi yaitu *cross section* dan *time series*.

- *Fixed Effect Model* (FEM)

Pemilihan model kedua atau *fixed effect model* memiliki dua asumsi yang berbeda. Yakni :

- Slope konstan yang di dalamnya terdapat variasi intersep antar individu (model efek individu)
- Slope konstan yang didalamnya terdapat variasi intersep sesuai dengan periode waktu yang ditentukan atau Model Efek Waktu

Metode *fixed effect model* pada data panel menggunakan penambahan teknik pada variabel *dummy* atau *Least Square Dummy Variable* (LSDV)

- *Random Effect Model* (REM)

Pada model terakhir atau *random effect* model pendekatannya dapat melibatkan korelasi antar *error terms* dikarenakan waktu yang digunakan serta jumlah unit observasi akan berubah.

Dalam pengujian model ini, terdapat tiga varian uji spesifikasi modelnya yaitu :

- Uji Chow

Uji yang mengharuskan peneliti memilih model terbaik yang akan digunakan. Pada uji ini, peneliti harus memilih antara *Common Effect Model* (CEM) atau *Fixed Effect Model* (FEM). Pengujian ini memiliki hipotesis yang telah dinyatakan, antara lain :

$H_0$  diterima, maka menggunakan model *Pool (common)*

$H_0$  ditolak, maka menggunakan *fixed effect*

- Uji Hausman

Uji yang mengharuskan peneliti memilih model terbaik yang akan digunakan. Pada uji ini, peneliti harus memilih antara *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM). Pengujian ini memiliki hipotesis yang telah dinyatakan, antara lain :

$H_0$  diterima, maka menggunakan *random effect model*

$H_0$  ditolak, maka menggunakan *fixed effect*

### C. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang akan dilakukan berupa uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

- Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya memiliki distribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2016). Pada uji

normalitas data, dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 5% atau 0.05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

- **Uji Multikolinearitas**

Pada pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas (Ghozali, 2016). Efek pada pengujian ini adalah dapat menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar *error* besar diakibatkan ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel.

Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi, dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi dikarenakan  $VIF = 1/tolerance$  dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang digunakan adalah untuk nilai *tolerance* 0,10 atau nilai VIF >10.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian ini memiliki tujuan untuk melakukan suatu ketidaknyamanan varian yang terjadi pada sebuah model regresi dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian berbeda, maka disebut dengan heteroskedastisitas. Dengan melihat grafik *scatterplot* atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual *error* yaitu ZPRED maka hal tersebut dapat mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi

linier berganda. Apabila tidak adanya pola tertentu yang tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2016), model penelitian yang paling baik adalah jika tidak adanya heteroskedastisitas.

#### D. Uji Hipotesis

Ghozali (2016), Uji hipotesis yang digunakan adalah uji signifikan parsial (uji T) dengan cara *Quick Look* dengan tingkat signifikan 5% dan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel dan uji signifikan simultan (uji F) dengan cara *quick look* dengan tingkat signifikan 5% dan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel (Ghozali, 2016:96).

- **Uji Parsial (Uji Statistik t)**

Menurut Ghozali (2013:98) “uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial agar dapat menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yakni nilai perusahaan. Nilai t dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = Rata-rata hitung sampel

$\mu$  = Rata-rata hitung populasi

s = Standar deviasi

n = Jumlah sampel

- **Uji Statistik F (Uji Simultan)**

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F biasa digunakan untuk membandingkan 2/lebih perlakuan kelompok atau objek/data, yang masing-masing perlakuannya dilakukan ulangan. Pada pengujian secara simultan menguji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Statistik uji yang digunakan pada pengujian simultan uji F dengan rumus sebagai berikut

:

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

Keterangan :

F = Nilai  $F_{hitung}$

$R^2$  = Koefisien Korelasi yang telah ditentukan

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Anggota Sampel

- **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel variabel dependen sangat terbatas. Menurut Ghozali (2016:95) nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa :

1. Pertumbuhan Penjualan  $X_1$  memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,9287 > 0,05$ . Diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $0,090089 < 1,67793$  serta memiliki koefisien regresi sebesar  $0,003364$  yang artinya Pertumbuhan Penjualan  $X_1$  tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI.
2. Ukuran Perusahaan  $X_2$  (SIZE) memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,0168 < 0,05$ . Diperoleh nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $-2,501862 < 1,67793$  serta memiliki koefisien regresi sebesar  $-28,63110$  yang artinya Ukuran Perusahaan  $X_2$  (SIZE) Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI.
3. Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan (SIZE) secara simultan memiliki nilai probabilitas sebesar  $0,000000 < 0,05$  dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dimana  $91,09493 > 3,20$  yang artinya bahwa secara simultan kedua variabel ini (Pertumbuhan

Penjualan dan Ukuran Perusahaan/SIZE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI.

4. Koefisien determinasi (Adjusted Rsquared) sebesar  $R^2 = 0,752887$ . Artinya bahwa Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 75,28% dan sisanya 24,72% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantum.

## 5.2.Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian di atas, maka saran yang akan diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian di kemudian hari, sebaiknya menggunakan variabel lain yang mendekati PBV. Seperti struktur modal, kebijakan deviden, probabilitas, dll.
2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian, alangkah baiknya agar menggunakan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi PBV. Dapat diketahui bahwa penelitian ini hanya memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap PBV.
3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan periode waktu dalam bentuk file triwulan agar hasil penelitian yang diperoleh lebih valid.



4. Sebaiknya dilakukan periode waktu yang lebih lama dari periode waktu yang telah ditentukan pada hasil penelitian ini guna meningkatkan kualitas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono. 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.
- Anita, P. T. 2018. *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah. Purwokerto.
- Arraniri. 2014. *Pengantar Manajemen Keuangan*, Edisi pertama, cetakan pertama. Sukabumi: Al fath Zumar.
- Basyaib, Fachmi. 2007. *Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana.
- Bela, F. F. dan Dini Widyawati. 2017. *Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Volume 6, Nomor 5, Mei 2017
- Brigham, E.F., dan L.C. Gapenski. 2006. *Intermediate Financial Management. 7th edition. Sea harbor Drive :The Dryden Press*. New York.
- Budiman, J., & Setiyono. 2012. *Pengaruh Karakter Eksekutif terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance)*. Jurnal Akuntansi Universitas Gadjah Mada.
- Devie. 2003. *Strategi Keuangan Matriks Alat Bantu Keputusan Investasi dan Pembiayaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 5(1), pp: 58-74.
- Dewi, A. S. M., & Wirajaya, A. 2013. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan*. E-Jurnal Akutansi, 4 (2), 358-372.
- Dita., T. S. L. 2016. *Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014)*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Dj, Alfredo Mahendra. 2011. *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Tesis Program Pascasarjana Universitas Udayana, Denpasar.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gill and Obradovich, John D. 2012. *The Impact of Corporate Governance and Financial Leverage on the Value of American Firms*. International Research Journal of Finance and Economics, 91.
- Halim, S. 2009. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keenam. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Harmono. 2017. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced*. PT Bumi Angkasa Raya. Jakarta.
- Hasan, Iqbal. 2001. *Pokok-pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara. Halaman 280.
- Hemastuti, C. P. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Kepemilikan Insider Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Akutansi, 3(4). Hal 1-15.
- Houston. 2006. *Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 6, Penerbit: UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- I Made Sudana. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktek*. Penerbit PT. Erlangga : Jakarta.
- Ibrahim, Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik serta Implementasinya*. Bandung: Mandar Maju.
- Indrawati, Titik dan Suhendro. 2006. *Determinasi Capital Structure Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta Periode 2000-2004*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol. 3, No. 1, Januari-Juni, halaman. 77-105.
- Jujun S. Suriasumantri. 2005. *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Popular*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Kesuma, Ali. 2009. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Struktural Modal Serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate yang Go Public di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 1 no 1.
- Lidya Nafitri Ayu Herawati. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45*. Artikel Ilmiah STIE PERBANAS. Surabaya.
- Machfoedz, M. 1994. *The Usefulness of Financial Ratio in Indonesia*. Jurnal KELOLA.
- Maryam, S. 2014. *Analisis Pengaruh Firm Size, Growth, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan*

- Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi S1. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Mawar Sharon R. Pantow, Sri Murni, dan Irvan 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 No.1 Maret 2015, Hal.961-971.
- Munawir. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Cetakan Keempat Belas. Yogyakarta: Liberty.
- Nasehah, D. dan E. T. Widyarti. 2012. *Analisis Pengaruh ROE, DER, DPR, Growth Dan Firm Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Manajemen. Vol. 1(1).
- Ni Kadek, D. D. dan I Ketut, M. 2016. *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Sektor Industri Barang Konsumsi*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.8, 2016: 4921-4950.
- Pea, Fransiskus A. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Perumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance*. Bandung: Skripsi Universitas Pasundan.
- Prasetyorini, Bhekti Fitri. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemen, 1(1), 183-196.
- Raymond Budiman. 2018. *Rahasia Analisis Fundamental Saham*. Penerbit Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Riyanto, Bambang. 2013. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Rudianto. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Grasindo. Yogyakarta.
- Sari, Oktavina Tiara. 2013. *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. ISSN: 2252-6552. Managemen Analysis Journal 2 (2) (2013).
- Sartono, R. A. 2001. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Edisi 4, BPFE, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Wibawa, A dan L. Wijaya. 2010. *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Nilai Perusahaan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri. Jakarta.

**Lampiran 1 Data Hasil Pengolahan**

Nama Perusahaan	Tahun	Growth (X1)	SIZE (X2)	PBV (Y)
PT Chitose International Tbk	2015	0,09	3,283569262	1,07
	2016	0,03	3,28515298	0,09
	2017	0,12	3,291750636	0,08
	2018	0	3,292887623	0,06
	2019	0,1	3,295094487	0,06
PT Martino Berto Tbk	2015	0,03	3,303163424	0,34
	2016	-1	3,306464389	0,44
	2017	0,06	3,30993765	0,31
	2018	-4	3,303113386	0,42
	2019	0,06	3,299725223	0,45
PT Mustika Ratu Tbk	2015	-1	3,293316545	0,21
	2016	-1	3,292251166	0,25
	2017	0	3,293336288	0,24
	2018	-12	3,294405148	0,2
	2019	0,01	3,295886584	0,18
PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	2015	0,1	2,859533262	14,18
	2016	0,07	2,865920205	13,2
	2017	0,03	2,866761087	14,73
	2018	0,07	2,871141538	12,2
	2019	0	2,87612794	6,78
PT Unilever Indonesia Tbk	2015	0,05	2,807658813	58,08
	2016	0,09	2,811427858	68,77
	2017	0,28	2,818697422	72,71
	2018	0,01	2,82061087	44,09
	2019	0,02	2,823946742	61,64
PT Mayora Indah Tbk	2015	0,04	3,403181973	4,48
	2016	0,23	3,407510248	5,54
	2017	0,13	3,412250916	6,38
	2018	0,15	3,417675819	6,72
	2019	0,04	3,420262935	4,72
PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	2015	0,05	2,838782535	4,51
	2016	0,08	2,84371213	5,51
	2017	0,33	2,848929491	5,02
	2018	0,07	2,853743032	4,94
	2019	0,1	2,860576179	4,98
PT Kalbe Farma Tbk	2015	0,02	3,409435204	5,78
	2016	0,08	3,412929168	5,79

	2017	0,04	3,415803577	5,43
	2018	0,04	3,41869286	4,76
	2019	0,07	3,422303176	4,48
PT Tempo Scan Pacific Tbk	2015	0,08	3,383343745	1,78
	2016	0,11	3,38493039	1,94
	2017	0,04	3,389030541	1,12
	2018	0,05	3,390947565	1,15
	2019	0,08	3,393030989	1,1
PT Siantar Top Tbk	2015	0,17	3,342265206	3,93
	2016	0,03	3,349189352	3,57
	2017	0,07	3,349279717	3,68
	2018	0	3,353352774	2,98
	2019	0,24	3,356526113	2,56

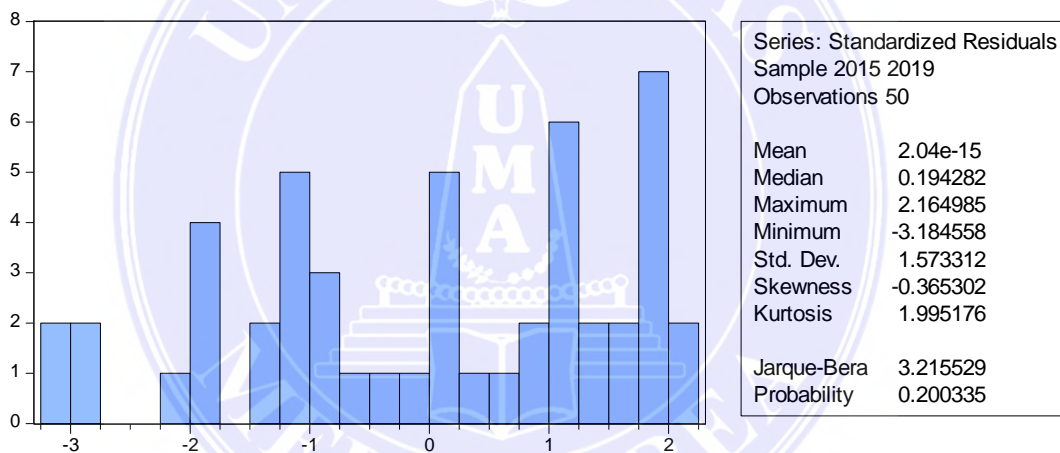


## Lampiran 2 Output Hasil Uji Statistika

### Hasil Uji Statistik Dekriptif

	Nilai Perusahaan (PBV)	Pertumbuhan Penjualan	Ukuran Perusahaan (SIZE)
Mean	0,845454	-0,308800	2,364759
Median	1,434131	0,055000	2,463773
Maximum	4,286479	0,330000	2,588271
Minimum	-2,813411	-12,000000	1,973626
Std. Dev	1,879469	1,799934	0,238634

### Hasil Uji Normalitas



### Hasil Uji Multikolinearitas

	Penjualan	SIZE
X1	1	0,093563
X2	0,093563	1

## Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS  
 Method: Panel Least Squares  
 Date: 07/31/21 Time: 22:41  
 Sample: 2015 2019  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 10  
 Total panel (balanced) observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-25.66807	27.81604	-0.922779	0.3619
PENJUALAN	0.001280	0.038383	0.033354	0.9736
SIZE	11.42168	11.76273	0.971006	0.3377

### Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.778571	Mean dependent var	1.341056
Adjusted R-squared	0.714473	S.D. dependent var	0.784724
S.E. of regression	0.419315	Akaike info criterion	1.305176
Sum squared resid	6.681361	Schwarz criterion	1.764061
Log likelihood	-20.62940	Hannan-Quinn criter.	1.479922
F-statistic	12.14659	Durbin-Watson stat	1.455308
Prob(F-statistic)	0.000000		



### Lampiran 3 Surat Izin Penelitian



## UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kollam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366070, 7360160, 7364340, 7366701, Fax. (061) 7366990  
Kampus II : Jl. Sei Senejo No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
Email : [umv\\_medan@uma.ac.id](mailto:umv_medan@uma.ac.id) Website: [uma.ac.id](http://uma.ac.id) [akademik@uma.ac.id](mailto:akademik@uma.ac.id)

#### SURAT KETERANGAN

Nomor : 329 /FEB.1/06.5/XII/2020

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

Nama : WILDAH DINATUNNAZHIFAH  
N P M : 178320135  
Program Studi : MANAJEMEN

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul

**"Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI"**

Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

A.n. Dekan, 27 Desember 2020

Program Studi Manajemen

Wahyuni, SE, M.Si