

Pengaruh earning per share, profitabilitas, leverage, dan sales growth terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar dalam bursa efek Indonesia (BEI)

Merciana Putri¹, Aspyan Noor^{2✉}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh earning per share, profitabilitas, leverage, dan sales growth terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dalam menentukan pemilihan sampel. Sebanyak 10 perusahaan dari 24 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan 6 tahun pengamatan, yaitu mulai 2015 hingga 2020, diperoleh 60 sampel penelitian. Signaling theory merupakan teori dasar yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa earning per share, profitabilitas yang diproksikan dengan return on equity, dan sales growth memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage yang diproksikan dengan debt to equity ratio memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai perusahaan; earning per share; profitabilitas; leverage; sales growth

The effect of earnings per share, profitability, leverage, and sales growth on the value of companies in the food and beverage industry listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX)

Abstract

This study aims to analyse the effect of earning per share, profitability, leverage, and sales growth in the food and beverage industry listed on the Indonesian Stock Exchange. This research uses purposive sampling method in determining sample selection. A total of 10 companies from 24 companies listed in Indonesian Stock Exchange with 6 years of observation, from 2015 to 2020, so that obtained 60 research samples. Signaling theory is the basic theory used to explain the relationship between variables. The statistical method used to test the hypothesis is multiple regression analysis. The result of this study found that earning per share, profitability proxied by return on equity, and sales growth have a positive and significant effect on company value, while leverage as proxied by debt to equity ratio has an insignificant negative effect on company value.

Key words: Company value; earning per share; profitability; leverage; sales growth

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan dari aspek sumber daya alam sehingga banyak perusahaan dari dalam maupun luar negeri yang berada di Indonesia. Keberadaan perusahaan-perusahaan ini menjadi salah satu bagian dari roda perekonomian, sehingga terjadi persaingan antara perusahaan-perusahaan ini untuk terus meningkatkan kinerjanya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik tujuan jangka pendek dalam hal meningkatkan laba perusahaan maupun tujuan jangka panjang yang menyangkut kesejahteraan para pemegang saham serta meningkatkan nilai perusahaan. Saat nilai perusahaan naik, tingkat pengembalian investasi akan tinggi yang menandakan nilai pemegang saham meningkat. Nilai perusahaan dari perusahaan publik terlihat dari listing price, ditentukan dari permintaan dan penawaran di bursa saham. Perusahaan akan menunjukkan sinyal pada investor mengenai kondisi perusahaan dan berusaha menunjukkan kinerja perusahaan untuk menarik investor, hal ini disebut sebagai teori signal.

Teori signal digunakan sebagai teori dasar dalam penelitian ini. Berdasarkan teori signal, dijelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal mengenai situasi dan kinerja perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, salah satunya adalah pemegang saham. Informasi yang diberikan perusahaan dalam laporan keuangan tahunan akan merefleksikan nilai perusahaan, sehingga pihak berkepentingan dapat menilai kondisi keuangan perusahaan di masa sekarang dan dapat melakukan prediksi masa depan perusahaan.

Harga saham yang tinggi menunjukkan nilai perusahaan yang tinggi pula, yang merupakan refleksi aktivitas perusahaan dalam memperoleh laba, yang diukur dengan rasio profitabilitas Return on Equity (ROE), Profit margin, dan Return on Assets (ROA). Perubahan laba memiliki hubungan positif dengan ROE, jadi dari ROE bisa dilihat laba perusahaan. Nilai ROE yang besar mencerminkan kerja perusahaan yang semakin baik.

Nilai perusahaan memiliki peran penting bagi perusahaan karena merupakan tolak ukur utama bagi investor. Meningkatkan harga saham bertujuan untuk membuat nilai perusahaan menjadi lebih baik, persaingan dunia industri membuat perusahaan meningkatkan kinerja dan melakukan perbaikan pada sistem manajemen maupun keuangan. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah Earning Per Share, Profitabilitas, Leverage, dan Sales Growth.

Earning Per Share (EPS) diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena EPS menunjukkan nilai yang diperoleh dari setiap lembar saham yang beredar pada satu periode, karena EPS menunjukkan informasi yang penting mengenai dividen per saham dan prediksi atas harga saham di masa yang akan datang, maka EPS seringkali dipakai sebagai alat ukur untuk melihat nilai perusahaan. Investor membeli saham dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari nilai pengembalian saham, yang merupakan tanda dari kondisi perusahaan adalah nilai perusahaan, perusahaan dianggap baik bila nilai perusahaannya baik dan sebaliknya. Kesejahteraan pemegang saham tergantung dari peningkatan harga saham perusahaannya.

Variabel kedua yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah profitabilitas. Cara perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif ditunjukkan dengan profitabilitas, merupakan pengukur tingkat keuntungan investasi yang pemegang saham ataupun pemilik modal. Pertumbuhan profitabilitas yang baik menunjukkan prospek perusahaan yang baik, dan meningkatkan nilai perusahaan bagi investor. Profitabilitas merupakan rasio keuangan yang mencerminkan nilai perusahaan karena digunakan sebagai penilaian atas tingkat kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Sehingga tingkat profitabilitas yang akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi.

Variabel ketiga yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah leverage. Leverage yang dihasilkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Leverage berkenaan dengan menggunakan dana perusahaan untuk tujuan pembayaran biaya tetap, dengan bertujuan meningkatkan hasil pengembalian saham. Naiknya nilai leverage bisa mempertinggi resiko arus laba, investor memiliki pilihan antara hasil pengembalian yang diinginkan dan resiko investasi (Bendriani, 2011).

Rasio leverage menunjukkan kemampuan perusahaan mengelola hutang untuk memperoleh laba, penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan resiko perusahaan sehingga cenderung juga mempengaruhi nilai perusahaan.

Variabel terakhir yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah sales growth. Sales growth menunjukkan pertumbuhan penjualan perusahaan setiap tahunnya, kenaikan jumlah penjualan menandakan bahwa perusahaan memiliki tingkat permintaan yang baik dan memiliki daya saing yang

kuat, karenanya sales growth dapat dijadikan acuan untuk melihat nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan tingkat perolehan laba perusahaan baik dan pembayaran dividen juga memiliki kecenderungan untuk meningkat, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penjabaran diatas adalah beberapa alasan dipilih objek penelitian perusahaan makanan dan minuman, perusahaan tersebut bersifat non siklikal. Sektor industri ini tidak mudah dipengaruhi oleh musim dan lebih stabil. Walaupun terjadi krisis ekonomi, produk industri ini akan tetap berjalan dikarenakan industri tersebut bergerak pada bidang kebutuhan pokok manusia.

Kajian Pustaka

Pengaruh Earning Per Share terhadap Nilai Perusahaan

Earning Per Share/EPS merupakan laba yang bisa dihasilkan dari setiap lembar saham yang mampu dihasilkan oleh perusahaan untuk investor. Nilai EPS merupakan informasi mendasar yang seringkali dipakai investor untuk melihat tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang siap dibagikan pada para pemegang saham.

Tingkat tinggi atau rendah EPS bergantung pada laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan. Perusahaan yang tingkat laba bersihnya besar mencerminkan kinerja yang baik di mata investor. Semakin besar nilai dari EPS, maka semakin besar pula pengembalian yang didapatkan investor hingga menyebabkan permintaan terhadap saham meningkat. Permintaan yang tinggi terhadap saham menyebabkan harga saham naik serta meningkatkan nilai PBV yang diukur berdasarkan harga saham. Berdasarkan teori signal, perusahaan memberikan sinyal kepada investor dan pemegang saham mengenai kemampuan perusahaan, EPS merupakan alat ukur yang seringkali digunakan dalam mengambil keputusan untuk membeli atau menjual saham, karenanya informasi mengenai EPS dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan penjabaran tersebut, maka pengaruh EPS terhadap nilai perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

H1: Earning Per Share berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Kemampuan perusahaan memperoleh laba disebut profitabilitas. Tingkat pembayaran dividen dipengaruhi tingkat laba, tingginya profitabilitas mencerminkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa calon investor menganggap kinerja bisnis baik, sehingga profitabilitas dapat mewakili keadaan perusahaan sekaligus meninggikan nilai perusahaan. Hasil penelitian (Maghdalena, 2019) menunjukkan bahwa, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori signal, perusahaan akan menyampaikan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba agar investor tertarik dalam menanamkan modalnya. Rasio profitabilitas yang baik akan menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi, sehingga resiko perusahaan rendah dan kecenderungan untuk pembayaran dividen lebih besar, sehingga rasio profitabilitas akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan (Mayorizza & Majidah, 2018) serta (Burhanudin & Nuraini, 2018) menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas akan diiringi peningkatan harga saham perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat karena kenaikan harga saham akan menjadikan permintaan saham tinggi. Berdasarkan pembahasan di atas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Sebuah perusahaan dikatakan tidak solvabel apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total aset yang dimiliki perusahaan. Jumlah hutang yang semakin besar akan menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat pada waktunya.

Berdasarkan teori signal, sinyal bahwa resiko perusahaan tinggi akan terlihat oleh investor jika perusahaan memiliki nilai hutang yang jauh lebih tinggi daripada modal karena rasio leverage menunjukan tingkat hutang yang dimiliki perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang tersebut, sehingga tingkat leverage yang tinggi akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Financial distress akan timbul ketika hutang semakin meningkat, dengan adanya financial distress maka akan menyebabkan nilai perusahaan turun. Oleh karena itu semakin tinggi leverage maka semakin

rendah nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian (Sukaenah, 2015) dimana hasil penelitiannya menunjukkan leverage berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang negatif pada nilai perusahaan. Adapun hipotesis yang dapat dibangun berdasarkan uraian tersebut yaitu:

H3: Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan (Sales Growth) menunjukkan perkembangan perusahaan. Suatu perusahaan yang mempunyai pertumbuhan penjualan tinggi mencerminkan perkembangan perusahaan tersebut tinggi. Menurut (Brigham & Houston, 2011) perusahaan dengan tingkat penjualan relatif stabil apabila memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang cepat harus lebih banyak menggunakan modal eksternal dengan mempertimbangkan floating cost yang ditanggung. Indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri adalah pertumbuhan penjualan.

Berdasarkan teori signal, sinyal mengenai kemampuan perusahaan memperoleh laba salah satunya dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memperoleh laba yang tinggi dan terus meningkat setiap tahunnya, sehingga kecenderungan perusahaan akan membayarkan dividen juga tinggi, karenanya pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sukaenah, 2015) dan (Dewi, 2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka nilai perusahaan semakin meningkat atau sebaliknya semakin rendah pertumbuhan penjualan semakin rendah nilai perusahaan. Maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut: H4: Sales Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

METODE

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2020. Menggunakan sampel yaitu perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang sudah ditentukan sebelumnya dengan jumlah 10 perusahaan. Total data yang digunakan yaitu 60 data

Sampel

Teknik non probability sampling digunakan dalam penelitian ini dalam rangka untuk menentukan sampel, sedangkan purposive sampling adalah metode yang digunakan untuk pengambilan sampel. Dalam metode purposive sampling sudah ditentukan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian, hal ini bertujuan agar sampel yang digunakan akan relevan dan sesuai kebutuhan. Kriteria yang digunakan adalah:

Perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berturut-turut selama tahun 2015-2020; dan

Perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang tidak mengalami kerugian berturut-turut selama periode 2015-2020.

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka- angka yang diperoleh dari laporan keuangan.

Sumber Data

Data panel yang merupakan gabungan antara data silang dan runtut waktu (cross section dan time series) beberapa objek dalam lebih dari satu periode waktu tertentu. Data panel ini merupakan jenis data yang dipakai dalam penelitian ini; dan

Data yang digunakan bersumber dari data sekunder yang lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh pihak di luar peneliti, yaitu data akuntansi yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan sektor industri dan konsumsi yang dirilis dan termasuk dalam daftar Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diakses melalui www.idx.co.id.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif, dengan menggunakan software Statistical Product for Service Solution (SPSS) versi 24 sebagai alat penguji data. Analisis regresi berganda diterapkan untuk melakukan analisis pengaruh perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1.
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV (Y)	600,85	15,17	3,9310	3,00573	
EPS (X1)	60-217,72	764,15	204,11352	16,71858	
ROE (X2)	60-0,34	0,26	0,1367	0,09302	
DER (X3)	600,17	2,69	1,0625	0,61241	
SG (X4)	60-0,49	0,38	0,0823	0,12480	
Valid N (listwise)	60				

Uji Multikolinearitas

Tabel 2.
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	X1	0,778
	X2	0,583
	X3	0,949
	X4	0,731

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas di atas diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Nilai VIF untuk variabel earning pershare (X1) adalah sebesar $1,286 < 10$ dan nilai tolerance sebesar $0,778 > 0,10$ sehingga pada variabel X1 dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas;

Nilai VIF untuk variabel profitabilitas (X2) adalah sebesar $1,714 < 10$ dan nilai tolerance sebesar $0,583 > 0,10$ sehingga pada variabel X2 dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas;

Nilai VIF untuk variabel leverage (X3) adalah sebesar $1,054 < 10$ dan nilai tolerance sebesar $0,949 > 0,10$ sehingga pada variabel EPS dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas; dan

Nilai VIF untuk variabel sales growth (X4) adalah sebesar $1,368 < 10$ dan nilai tolerance sebesar $0,731 > 0,10$ sehingga pada variabel EPS dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Dari hasil uji autokorelasi diperoleh nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,873. Untuk memperoleh nilai dL dan dU dapat dilihat pada tabel Durbin Watson, dimana jumlah sampel sebanyak 60 ($n = 60$) dan jumlah variabel bebas sebanyak 4 variabel ($k = 4$), diperoleh nilai dU sebesar 1,7274. Dari perhitungan yang dilakukan didapat $1,7274 < 1,873 < (4-1,7274)$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Berdasarkan tabel koefisien regresi, diperoleh model awal persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,134 + 0,004X_1 + 1,233X_2 - 0,026X_3 + 0,179X_4 + e$$

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,331a	,210	0,144	0,85164

Hasil uji koefisien determinasi atau disimbolkan dengan R^2 adalah sebesar 0,210, hal ini menunjukkan kemampuan variabel nilai perusahaan (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu earning per share (X1), profitabilitas (X2), leverage (X3), dan sales growth (X4). Nilai

0,210 menunjukkan persentase 21%, yang menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 21% sedangkan sisanya sebesar 79% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

Uji Hipotesis Uji t

Tabel 4.
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,134	0,036		3,666	0,001
1 X1	0,004	0,000	0,010	0,531	0,014
X2	0,233	0,144	0,875	0,545	0,000
X3	0,026	0,019	-0,005	1,345	0,184
X4	0,179	0,145	0,126	0,236	0,022

Berdasarkan table diatas uji statistik t (uji t) digunakan untuk pengujian hipotesis pengaruh masing-masing variabel independen (EPS, profitabilitas, leverage, dan sales growth) secara parsial terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) dianalisis sebagai berikut:

Variabel EPS (X1) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,014, nilai ini menunjukkan bahwa nilai signifikannya kurang dari level of significance, $0,014 < 0,05$, maka dinyatakan variabel EPS berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan;

Variabel profitabilitas (X2) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000, nilai ini menunjukkan bahwa nilai signifikannya kurang dari level of significance, $0,000 < 0,05$, maka dinyatakan variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan;

Variabel leverage (X3) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,184, nilai ini menunjukkan bahwa nilai signifikannya lebih dari level of significance, $0,184 > 0,05$, maka dinyatakan variabel leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan; dan

Variabel sales growth (X4) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,022, nilai ini menunjukkan bahwa nilai signifikannya kurang dari level of significance, $0,022 < 0,05$, maka dinyatakan variabel sales growth berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Earning Per Share/EPS terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa EPS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar 0,004, angka tersebut menunjukkan bahwa EPS berpengaruh positif. Sedangkan nilai signifikan adalah sebesar 0,014, yang menunjukkan bahwa nilai signifikan tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan, yaitu sebesar 0,05. Karena Earning Per Share berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka H1 diterima.

Berdasarkan teori signal, perusahaan menunjukkan informasi yang menyatakan tingkat kemampuan perusahaan kepada pihak luar perusahaan sebagai sinyal untuk menarik investor. Nilai EPS merupakan variabel yang penting dalam analisis yang dilakukan untuk membuat keputusan dalam membeli atau menjual saham, karenanya informasi mengenai nilai EPS adalah salah satu informasi penting yang dapat merefleksikan nilai perusahaan dan memberikan sinyal kepada investor mengenai laba per lembar saham. Perusahaan dapat mengirimkan sinyal mengenai kemampuan dan kinerja perusahaan dengan nilai EPS yang tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukaenah (2015) yang menyimpulkan bahwa earning per share berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan penelitian Sukaria (2015) yang menyatakan bahwa variabel earning per share bersama variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, sales growth, dan kebijakan dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar 1,233, angka tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif. Sedangkan nilai signifikan adalah sebesar

0,000, yang menunjukkan bahwa nilai signifikan tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan, yaitu sebesar 0,05. Karena Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka H2 diterima.

Berdasarkan teori signal, perusahaan akan mengirimkan sinyal kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan tingkat profitabilitas yang tinggi. Rasio profitabilitas menunjukkan efektivitas manajemen perusahaan dan dapat mengirimkan sinyal mengenai kemampuan perusahaan menghasilkan laba di masa depan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukaenah (2015), Sukma (2011), Mayorizza & Monica (2018), dan Burhanudin & Nuraini (2018) bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Maria (2019) juga dinyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian Sukaria (2015) dinyatakan bahwa variabel profitabilitas bersama variabel ukuran perusahaan, earning per share, leverage, sales growth, dan kebijakan dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa leverage memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar -0,026, angka tersebut menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif. Sedangkan nilai signifikan adalah sebesar 0,184, yang menunjukkan bahwa nilai signifikan tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan, yaitu sebesar 0,05. Karena Leverage berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka H3 ditolak.

Berdasarkan teori signal, perusahaan dapat mengirimkan sinyal kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang untuk memperoleh profit dengan nilai leverage yang rendah. Karena dengan nilai leverage yang rendah menunjukkan penggunaan hutang yang rendah dan memiliki resiko kerugian yang lebih kecil, dengan begitu investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukaenah (2015) dan Sukma (2011) yang menyebutkan bahwa variabel leverage berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian Sukaria (2015) menyatakan bahwa variabel leverage bersama variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, earning per share, sales growth, dan kebijakan dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa sales growth memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien sebesar 0,179, angka tersebut menunjukkan bahwa sales growth berpengaruh positif

Sedangkan nilai signifikan adalah sebesar 0,022, yang menunjukkan bahwa nilai signifikan tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan, yaitu sebesar 0,05. Karena Sales Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, maka H4 diterima.

Berdasarkan teori signal, perusahaan dapat mengirimkan sinyal kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam melakukan penjualan dengan nilai pertumbuhan penjualan (sales growth) yang meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan yang mengalami peningkatan secara stabil akan menjadi sinyal bagi investor bahwa perusahaan memiliki daya saing yang tinggi di antara para pesaingnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukaenah (2015) bahwa sales growth berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Sukaria (2015) menyatakan bahwa variabel sales growth bersama variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, earning per share, leverage, dan kebijakan dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Kesimpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

Hasil uji parsial variabel Earning Per Share (EPS) (X1) memperoleh nilai signifikan sebesar 0,014, lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Maka H1 diterima, bahwa Earning Per Share (EPS) secara parsial

berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020;

Hasil uji parsial variabel Profitabilitas (X2) memperoleh nilai signifikan sebesar 0,000, lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Maka H2 diterima, bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020;

Hasil uji parsial variabel Leverage (X3) memperoleh nilai signifikan sebesar 0,184, lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Maka H3 ditolak, bahwa leverage secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020; dan

Hasil uji parsial variabel Sales Growth (X4) memperoleh nilai signifikan sebesar 0,022, lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Maka H4 diterima, bahwa sales growth secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzal, A., & Rohman, A. (2012). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Jurnal of Accounting* Vol. 1(2).
- Alfrida, H. (2018). Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Industri Makanan dan Minuman di BEI. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* Vol.4 (2).
- Ambarsari, N. D., & Sidiq, A. (2013). Analisa Financial Leverage, Profitabilitas, dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi*, Vol 4 (7).
- Bendriani, M. (2011) Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Set Kesempatan Investasi (IOS) Terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi.
- Brigham, E.F., & Houston. J.F. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat.
- Burhanudin, & Nuraini. (2018). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi.
- Deitiana, T. (2011). Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penuaian, dan Dividen Terhadap Harga Saham. *E-Jurnal Bisnis dan Akuntansi Universitas Trisakti*.
- Denziana. (2016). Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, Vol 9 (2).
- Destiana, & Chrisela. (2017). Model Penentu Market Price of Share pada Sektor Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi* Vol 5 (1).
- Dewi, A.S.M., & Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Dewi. I. A. P. T. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Resiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Fahmi, I. (2015). *Analisis Laporan Akuntansi*. Bandung: Alfabeta.
- Fakhrana, O., Yetty, M., & Bambang, S. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Real Estate, Properti, dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 4 (3).
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Dta: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gitman, L.J., & Zutter, C.J. (2012). *Principle of Managerial Finance*. Boston: Pearson.
- Hansen, V., & Juniarti. (2014). Pengaruh Family Control, Size, Sales Growth, dan Leverage Terhadap Profitabilitas. *Business Accounting Review* Vol. 2 (1).
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan Edisi 6*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Magdalena, M. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita* Vol (2).
- Mayorizza, S., & Majidah. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar dalam Indeks LQ-45 di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *E-Proceeding of Management*, Vol. 5 (3).
- Prasetyorini, B.F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmi Manajemen* Vol 1 (1).
- Sartono, A. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Sukma, M., & Erawati, T. (2011). Pengaruh Earning Pershare, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011). *Jurnal Akuntansi*, Vol 2 (2).
- Triasesiarta, N. (2018). Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 5 (3).
- Yusuf., & Suherman, A. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen dengan Variabel Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 2 (1).
- www.idx.co.id