



PENGARUH PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN PADA NILAI PERUSAHAAN

Novi Candani¹ I Dewa Nyoman Badera²

Article history:

Submitted: 28 Agustus 2021

Revised: 30 Agustus 2021

Accepted: 7 September 2021

Keywords:

Profitability;

Sales Growth;

Company Value;

Kata Kunci:

Profitabilitas;

Pertumbuhan Penjualan;

Nilai Perusahaan;

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Udayana, Bali,

Indonesia

Email:

novichandani@gmail.com

Abstract

Companies that have gone public generally seek to increase investor prosperity by increasing the value of the company. Company value is a condition that can be achieved by a company as an illustration of public trust in the company after going through a process of activity since the company was founded to its current state. The study was conducted to identify and empirically test the effect of profitability and sales growth on firm value. The research was conducted on basic and chemical industrial sector companies for the 2017-2019 period with a research sample of 51 companies so that 151 observations were obtained. The results of the data analysis carried out obtained 1) profitability has a positive effect on firm value, meaning that the higher the firm's profitability, the higher the firm value. 2) sales growth has a positive effect on the value of the company, this shows that sales growth that increases will cause the value of the company to also increase, and vice versa. Based on the results obtained, the research can be used as a reference and material for further research development and supports signaling theory which explains that good quality companies deliberately give signals to the market.

Abstrak

Perusahaan yang telah *go public* pada umumnya berusaha untuk meningkatkan kemakmuran investor melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang mampu dicapai suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan keadaan saat ini. Penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi dan menguji secara empiris pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan. Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2019 dengan sampel penelitian sebanyak 51 perusahaan sehingga diperoleh 151 pengamatan. Hasil dari analisis data yang dilakukan diperoleh 1) profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. 2) pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan pertumbuhan penjualan yang mengalami peningkatan akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat, begitupula sebaliknya. Berdasarkan hasil yang diperoleh, penelitian dapat digunakan sebagai referensi dan bahan pengembangan penelitian selanjutnya serta mendukung teori sinyal yang menjelaskan bahwa perusahaan yang berkualitas baik sengaja memberikan sinyal pada pasar.

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah tempat sekelompok orang yang memiliki tujuan sama yang dicapai melalui kegiatan produksi. Terdapat beberapa tujuan berdirinya perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan maksimal, menyejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham, dan memaksimalkan nilai perusahaan dari harga sahamnya (Harjito & Martono, 2005). Seiring dengan perkembangan dunia bisnis, perusahaan terus mengupayakan untuk terus mengembangkan usahanya dan meningkatkan daya saing. Perkembangan industri manufaktur terjadi cukup pesat, terlihat pada umlah perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia yang kian bertambah. Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat indeks sektor industri dasar dan kimia tumbuh 8,72% *year to date* (ytd) (kontan.co.id, 1 Desember 2019). Peningkatan nilai perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia akan meningkatkan ketertarikan investor untuk berinvestasi. Penelitian ini berfokus pada pertumbuhan penjualan karena dengan meningkatnya pertumbuhan penjualan maka perusahaan akan mendapatkan profit. Hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai saham sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang telah *go public* pada umumnya berusaha untuk meningkatkan kemakmuran investor melalui peningkatan nilai perusahaan, karena salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memakmurkan pemilik perusahaan atau pemegang saham (Salvatore, 2005). Nilai perusahaan didefinisikan sebagai kondisi yang dapat dicapai perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sejak perusahaan berdirihingga kondisi masa kini. Nilai perusahaan dapat digunakan untuk menarik investor dan kreditur sehingga nilai perusahaan berperan penting dalam perusahaan (Suffah & Riduwan, 2016). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau profit. Laba adalah salah satu elemen dalam meningkatkan nilai perusahaan karena prestasi perusahaan dinilai dari kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba tersebut (Maria, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Yuanita, et al tahun 2016 menemukan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas perusahaan tersebut. Semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan karena kemakmuran yang dapat dibagikan kepada pemegang saham juga semakin besar, sehingga disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Teori sinyal dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar pemikiran untuk menjelaskan hubungan antara profitabilitas, pertumbuhan penjualan perusahaan dan nilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunannya (Leland & Pyle, 2012:475). Sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan akan mempengaruhi keputusan para pemegang saham yang nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan kepemilikan jumlah saham. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumayanti (2016) menyimpulkan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan dimasa mendatang akan diprediksi menguntungkan oleh investor sehingga investor akan tertarik merespon sinyal positif yang diberikan, sehingga nilai perusahaan meningkat. Hal ini sesuai dengan teori sinyal yang digunakan dalam penelitian ini. Profitabilitas perusahaan akan diukur dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA). Chen (2011), Pratama (2016), dan Gamayuni (2015) melakukan penelitian dan memperoleh hasil bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROA memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena ROA yang semakin tinggi yang akan menarik investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat melalui harga saham. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh

Dwipayana (2016), serta Hidayah & Rahmawati (2019) memperoleh hasil penelitian yaitu profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan

Faktor lain yang turut mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan. Peningkatan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa rotasi keuangan perusahaan berjalan lancar, dalam hal ini perusahaan dapat disebut sebagai perusahaan yang likuid, yaitu perusahaan yang mampu memenuhi kebutuhan keuangan tepat pada waktunya. Kondisi perusahaan seperti ini akan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Cheng & Zuwei, 2011). Hal ini dapat terjadi karena berdasarkan teori sinyal, informasi baik yang dimiliki oleh perusahaan dapat digunakan sebagai bahan promosi untuk menunjukkan keunggulan yang dimiliki perusahaan, sehingga pihak eksternal akan mempertimbangkan untuk berinvestasi pada perusahaan (Mustafa & Handayani, 2014).

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori keagenan yang memiliki peranan penting karena teori ini menekankan pada pentingnya pendelegasian wewenang dari *principal* kepada *agent*, dimana *agent* mempunyai kewajiban untuk mengelola perusahaan sesuai dengan kepentingan *principal*. Kontrak kerja yang telah disepakati menyebutkan bahwa *principal* akan mempekerjakan agen dalam melaksanakan tugas untuk kepentingan dari pemilik modal termasuk delegasi otorisasi pengambilan keputusan dari pemilik modal kepada agen pengelola (Jensen & Meckling, 1976). Dalam teori ini, dapat terjadi masalah agensi karena agen memiliki informasi lebih lengkap dibandingkan dari pihak *principal* atau pemilik modal (Putri & Dwija, 2016). Dengan adanya pendelegasian wewenang dari *principal* kepada *agent*, maka berarti bahwa *agent* yang mempunyai kekuasaan dan pemegang kendali suatu perusahaan dalam kelangsungan hidupnya, karena itulah *agent* dituntut agar bisa selalu transparan dalam kegiatan pengelolaannya atas suatu perusahaan. Mandalika (2016), Fista (2017), serta Dewi dan Sujana (2019) memperoleh hasil penelitian yaitu pertumbuhan penjualan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan rumusan masalah, teori, dan penelitian-penelitian sebelumnya, dapat dirumuskan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut: H_1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, H_2 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang menjelaskan pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan dan pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan. Penelitian dilakukan dengan mengakses data-data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2017-2019. Data-data yang diperlukan tersebut diakses melalui situs website www.idx.co.id, www.sahamok.com, dan dari web yang dimiliki masing-masing perusahaan. Adapun objek penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diuji dengan profitabilitas dan pertumbuhan penjualan pada perusahaan-perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 sampai 2019. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif, berupa angka-angka yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI, dengan sampel yaitu perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2017- 2019 dan memenuhi kriteria dalam pengambilan sampel yang telah ditetapkan. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode *non- probability* sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 151 perusahaan. Data penelitian diperoleh melalui metode non partisipan atau melalui metode dokumentas sehingga

*Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Pada Nilai Perusahaan,
Novi Candani dan IDewa Nyoman Badera*

peneliti dapat mengumpulkan data tanpa terlibat dalam fenomena yang diamati. Data penelitian akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan dibantu menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Tahapan analisis data yang dilakukan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji kelayakan model (Uji F), dan uji hipotesis (Uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perusahaan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 sampai tahun 2019. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia merupakan perusahaan yang mengolah bahan organik maupun non organik mentah dengan proses kimia dan pembentukan produk. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI terdiri dari beberapa sub sektor yaitu, sub sektor semen, sub sektor kayu dan pengolahannya, sub sektor keramik dan porselin, sub sektor plastik dan kemasan, sub sektor pulp dan kertas, sub sektor kimia, sub sektor logam dan sejenisnya, serta sub sektor pakan ternak. Populasi perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI berjumlah 74 perusahaan, dengan menggunakan kriteria tertentu diperoleh sampel sebanyak 151 perusahaan. Jumlah data outlier adalah sebanyak 2 data, karena data tersebut tidak berdistribusi normal.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran dari suatu data yang dilihat dari jumlah sampel, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan deviasi standar (*std. deviation*) dari masing-masing variabel dalam penelitian tanpa adanya maksud untuk menarik kesimpulan.

Tabel 1.
Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan (Y)	151	0,3597	7,7436	1,3780	1,0896
Profitabilitas (X_1)	151	-0,4014	0,2575	0,0216	0,0812
Pertumbuhan Penjualan (X_2)	151	-0,9868	0,8589	0,0827	0,2633

Sumber : Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji, statistik deskriptif dari masing-masing variabel dapat diuraikan sebagai berikut: Variabel Profitabilitas (X_1) memiliki nilai minimum sebesar -0,4014 dengan nilai maksimum sebesar 0,2575, dan nilai rata-rata 0,0216. Nilai standar deviasi variabel profitabilitas sebesar 0,0812 oleh karena nilai rata-rata lebih kecil dari deviasi standarnya, maka dapat dikatakan rentang persebaran data profitabilitas cukup dekat. Variabel Pertumbuhan Penjualan (X_2) memiliki nilai minimum sebesar -0,9868 dengan nilai maksimum sebesar 0,8589, dan nilai rata-rata 0,0827. Nilai standar deviasi variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,2633 oleh karena nilai rata-rata lebih kecil dari deviasi standarnya, maka dapat dikatakan rentang persebaran data pertumbuhan penjualan cukup dekat. Variabel Nilai Perusahaan (Y) memiliki nilai minimum sebesar 0,3597 dengan nilai maksimum sebesar 7,7436, dan nilai rata-rata 1.3780. Nilai standar deviasi variabel nilai perusahaan sebesar 1,0897 oleh karena nilai

rata-rata lebih besar dari deviasi standarnya, maka dapat dikatakan rentang persebaran data nilai perusahaan cukup dekat.

Uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk memastikan hasil yang diperoleh memenuhi asumsi dasar di dalam analisis regresi (Ghozali, 2016: 99). Uji asumsi klasik yang mendasari model regresi pada penelitian ini meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas. Hasil dari uji asumsi klasik pada penelitian ini diolah dengan bantuan *software* SPSS 24 for Windows. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi normalitas data digunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria jika *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant* yang digunakan yaitu 5 persen (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, begitu pula sebaliknya. Hasil uji normalitas didapat nilai signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual persamaan regresi tersebut berdistribusi normal.

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 dalam model regresi yang diuji. Uji autokorelasi yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson. Hasil uji autokorelasi diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,054. Nilai du untuk jumlah sampel (N) sebanyak 151 dengan jumlah variabel bebas (k) sebanyak 2 adalah sebesar 1,7609 maka nilai 4 -du yang didapat adalah 2,2391. Hasil uji autokorelasi adalah $du < dw, 4-du$ yaitu $1,7609 < 2,054 < 2,2391$, maka dengan demikian tidak terjadi autokorelasi.

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Adapun kriteria pengujiannya adalah jika nilai *tolerance* > 10 persen (0,10) dan nilai VIF < 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dan begitu pula sebaliknya. Hasil uji multikolinieritas didapat variabel profitabilitas dan pertumbuhan penjualan seluruhnya memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Hal ini berarti kedua variabel pada persamaan regresi yang ada terbebas dari gejala multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016:139). Pengujian pada penelitian ini menggunakan Uji *Glejser*, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan berlaku sebaliknya (Ghozali, 2016:142). Hasil uji heteroskedastisitas didapat bahwa signifikansi untuk variabel profitabilitas dan pertumbuhan penjualan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel pada persamaan regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas

Tabel 2.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,392	0,089		15,661	0,000
Profitabilitas (X ₁)	4,217	1,137	0,315	3,709	0,000
Pertumbuhan Penjualan (X ₂)	1,286	0,351	0,311	3,666	0,000
<i>Adjusted R</i> ² : 0,103					
<i>F</i> _{hitung} : 9,638					
<i>SigF</i> _{hitung} : 0,000					

Sumber: Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,392 + 4,217 X_1 + 1,286 X_2 + e \dots \dots \dots (1)$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 1,392 memiliki arti bahwa nilai perusahaan memiliki nilai sebesar 1,392 dengan asumsi semua variabel bebas bernilai nol. Nilai koefisien profitabilitas (X_1) yaitu 4,217 memiliki arti bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Apabila profitabilitas meningkat sebesar satu persen, maka nilai perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 4,217 persen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai koefisien pertumbuhan penjualan (X_2) yaitu 1,286 memiliki arti bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat sebesar satu persen, maka nilai perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 1,286 persen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat, dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R²*. Hasil uji koefisien determinasi dengan *Adjusted R²* yang disajikan dalam Tabel 2 menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 0,103. Nilai ini mempunyai arti bahwa sebesar 10,3% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi-variabel bebas yang dimasukkan dalam model, sedangkan sisanya sebesar 89,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Uji kelayakan model (Uji F) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Uji F dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi variabel bebas secara bersama-sama dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil uji kelayakan model (Uji F) yang disajikan dalam Tabel 2 menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 9,638, dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh signifikan dari variabel profitabilitas dan pertumbuhan penjualan mampu menjelaskan nilai perusahaan. Dengan kata lain model regresi layak untuk digunakan.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini antara lain ditunjang oleh hasil uji signifikansi parsial (Uji t) yang disajikan dalam Tabel 2 yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki koefisien β_1 bernilai positif sebesar 4,217 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari *alpha* sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa H_1 penelitian ini diterima. Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan faktor penting karena profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan dimasa mendatang akan diprediksi menguntungkan oleh investor sehingga investor akan tertarik merespon sinyal positif yang diberikan. Hasil penelitian ini mendukung teori sinyal, yang menyatakan bahwa semakin besar laba maka nilai perusahaan akan meningkat. Profitabilitas yang diprosikan dengan ROA memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena ROA yang semakin tinggi yang akan menarik investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat melalui harga saham. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Chen (2011), Dwipayana (2016), serta Hidayah & Rahmawati (2019) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya volume penjualan. Dengan meningkatkan volume penjualan maka perusahaan dapat meningkatkan perolehan

pendapatan dan laba perusahaan. Hal ini antara lain ditunjang oleh hasil uji signifikansi parsial (Uji t) yang disajikan dalam Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan memiliki koefisien β_2 bernilai positif sebesar 1,286 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa H_2 penelitian ini diterima. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan faktor penting karena pertumbuhan penjualan digunakan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, calon investor, kreditur, maupun pihak lain untuk melihat prospek suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung teori keagenan yang merupakan pemisahan antara kepemilikan perusahaan dalam hal ini pemegang saham dan pengendalian perusahaan atau yang dijalankan oleh manajemen perusahaan. Teori keagenan menunjukkan bahwa kondisi informasi yang tidak lengkap akan memunculkan masalah keagenan. Konflik keagenan menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Penurunan nilai perusahaan ini akan mempengaruhi kekayaan dari pemegang saham sehingga pemegang saham akan melakukan tindakan pengawasan terhadap perilaku manajemen. Maka dari itu pentingnya teori keagenan karena teori ini menekankan pada pentingnya pendelegasian wewenang dari principal kepada agent, dimana agent mempunyai kewajiban untuk mengelola perusahaan sesuai dengan kepentingan principal. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Mandalika (2016), Fista (2017), serta Dewi & Sujana (2019) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menghasilkan simpulan mengenai pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2017 sampai dengan 2019. Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan bukti empiris yaitu profitabilitas dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan pengembangan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini juga mendukung teori sinyal yang menjelaskan bahwa perusahaan yang berkualitas baik sengaja memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan yang berkualitas buruk. Informasi terkait dengan penjualan perusahaan yang mengalami peningkatan dapat menjadi berita baik yang dimiliki perusahaan. Good news tersebut akan direspon positif oleh pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan seperti investor dan kreditur, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas dan pertumbuhan penjualan. Oleh karena itu, pihak manajemen perusahaan perlu memperhatikan faktor tersebut agar tujuan perusahaan untuk memaksimalkan laba serta nilai perusahaan dapat tercapai. Pihak perusahaan perlu memperhatikan penjualannya agar mampu mengalami peningkatan, karena penjualan perusahaan yang mengalami pertumbuhan akan direspon positif oleh pasar, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini juga dapat digunakan oleh pihak investor, kreditur dan juga pihak berkepentingan lainnya sebagai masukan dan tambahan informasi dalam menentukan keputusan bisnis pada perusahaan

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif pada nilai perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan diatas,

maka dapat diajukan saran sebagai berikut. Profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan profit yaitu manajer harus mampu mengelola perusahaan dengan baik sehingga biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Pertumbuhan penjualan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan serta kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar sehingga pertumbuhan penjualan dapat semakin meningkat.

REFERENSI

- Chen, L. J., & Chen, S. Y. (2011). The influence of profitability on firm value with capital structure as the mediator and firm size and industry as moderators. *Investment Management and Financial Innovations*, 8(3), 121-129.
- Cheng, M. C., & Tzeng, Z. C. (2011). The effect of leverage on firm value and how the firm financial quality influence on this effect. *World Journal of Management*, 3(2), 30-53.
- Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(1), 85-110.
- Dwipayana, M. A. T., & Suaryana, I. G. N. A. (2016). Pengaruh Debt To Assets Ratio, Devidend Payout Ratio, Dan Return on Assets Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(3), 2008-2035.
- Gamayuni, R. R. (2015). The effect of intangible asset, financial performance and financial policies on the firm value. *International Journal of scientific and technology research*, 4(1), 202-212.
- Hidayah, N. E. F., & Rahmawati, R. (2019). The effect of capital structure, profitability, institutional ownership, and liquidity on firm value. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research*, 1(1), 55-64.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Finance Economics*, 3(4), 305-360
- Kurniasih, Tommy dan Maria M. Ratna Sari. 2013. Pengaruh Return Turn On Asset (ROA), Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi rugi Fiskal pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(1), 58-66
- Kusumayanti, N. K. R., & Astika, I. B. P. (2016). Corporate social responsibility sebagai pemediasi pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage pada nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15(1), 549-583.
- Leland HE, Pyle DH., 1976. Informational asymmetries, financial structure and financial intermediation. *Working Paper*. University of California, Berkeley, CA.
- Mandalika, A. (2016). Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi pada Sektor Otomotif). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 207-218
- Martono & Harjito, D. A. (2005). *Manajemen Keuangan*. Ekonisia.
- Mustafa, Cut Cinthya dan Nur Handayani. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3 (6), 111-120
- Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, I. G. B. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. *Doctoral dissertation*, Udayana University.
- Putri, S. U., & Dwija, I. G. . M. A. (2016). Opini Auditor sebagai Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(1), 29-55.
- Salvatore, Dominick. 2005. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Jakarta: Salemba Empat
- Suffah, R., & Riduwan, A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1-17
- Slamet, R. (2016). Influence of capital structure, size and growth on profitability and corporate value. *International Journal of Business and Finance Management Research*, 4(6). 80-101.