

PENGARUH *SALES GROWTH* DAN *FIRM SIZE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT MAYORA INDAH TBK

Muhamad Yasin¹, M. Rimawan², Nurul Huda³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

Email: muhamadyasinstiebima@gmail.com

Abstrak

Laba yang dihasilkan perusahaan berkaitan erat dengan jumlah penjualan perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan nilai perusahaan. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap kemampuan mempertahankan keuntungan di masa yang akan datang. PT Mayora Indah Tbk adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman. Setelah mampu memenuhi pasar Indonesia, PT Mayora Tbk melakukan penawaran umum perdana dan menjadi perusahaan public pada tahun 1990 dengan target market konsumen Asean. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif kausal yaitu bertujuan untuk mengetahui hubungan/pengaruh antara dua variabel atau lebih. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh t hitung *sales growth* adalah sebesar -0,714 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,306 ($-0,714 < 2,306$) artinya *sales growth* tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Nilai t hitung variabel *firm size* sebesar -1,420 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,306 ($-1,420 < 2,306$) artinya *firm size* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Nilai F hitung sebesar 1,061 > F tabel 4,46 maka dapat disimpulkan bahwa *sales growth* dan *firm size* berpengaruh secara simultan dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Katakunci: *sales growth*, *firm size*, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis menuntut perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai perusahaan. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan terkait harga saham. Menurut Salvatore (2005) Perusahaan yang telah go public bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Investor akan menilai perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki kinerja serta posisi keuangan yang baik pula.

Menurut Brigham dan Gapenski dalam Susetyowati dan Handayani (2020) mengemukakan nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Sehingga nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan semua pemilik perusahaan. Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Menurut Harahap (2011) pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan

periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya.

Laba yang dihasilkan perusahaan berkaitan erat dengan jumlah penjualan perusahaan (Insan dan Purnama 2021). Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan nilai perusahaan. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap kemampuan mempertahankan keuntungan di masa yang akan datang. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Susetyowati dan Handayani (2020), menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini, pertumbuhan penjualan diprosisikan dengan menggunakan sales growth. Namun hasil berbeda diteliti oleh Asmawi (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga menjadi faktor lain yang mampu memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena semakin besar suatu ukuran atau skala dari perusahaan maka akan lebih mudah pula perusahaan mendapatkan dana yang bersifat internal ataupun eksternal untuk kebutuhan operasional. Dewi dan Wirajaya (dalam Pantow, Murni, dan Trang, 2015:10) menjabarkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar, dan laba yang tinggi. Semakin besar suatu perusahaan berarti masyarakat akan semakin kenal dan mempermudah untuk mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

PT Mayora Indah Tbk adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan makanan dan minuman. Setelah mampu memenuhi pasar Indonesia, PT Mayora Tbk melakukan penawaran umum perdana dan menjadi perusahaan public pada tahun 1990 dengan targrt market konsumen Asean.

Berikut data dari penjualan, total asset dan laba per saham dari PT Mayora Indah Tbk periode 2011-2020

Tabel 1 perkembangan penjualan, total aset, serta laba per saham PT Mayora Indah Tbk (Dalam rupiah penuh)

Tahun	Penjualan	Total Asset	Laba per Saham
2011	Rp9.453.865.992.878	Rp6.599.845.533.328	Rp614
2012	Rp10.510.625.669.832	Rp8.302.506.241.903	Rp816
2013	Rp12.017.837.133.337	Rp9.709.838.250.473	Rp115
2014	Rp14.169.088.278.238	Rp10.291.108.029.334	Rp451
2015	Rp14.818.730.635.847	Rp11.342.715.686.221	Rp55
2016	Rp18.349.959.898.358	Rp12.922.421.859.142	Rp61
2017	Rp20.816.673.946.473	Rp14.915.849.800.251	Rp71
2018	Rp24.060.802.395.752	Rp17.591.706.426.634	Rp77
2019	Rp25.026.739.472.547	Rp19.037.918.806.473	Rp89
2020	Rp24.476.953.742.651	Rp19.777.500.514.550	Rp92

Sumber data diolah 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat penjualan pada PT Mayora Indah Tbk mengalami penurunan pada tahun 2020. Hal ini terjadi karena dampak negatif pada pasar finansial dan terganggunya operasional perusahaan dan perdagangan akibat pandemic covid-19 dimana penurunan pendapatan penjualan tidak selaras dengan beban pokok penjualan yang malah naik(cnbcindonesia.com). Laba per saham juga mengalami fluktuatif

dimana penurunan terjadi pada tahun 2013 dan 2015, namun walaupun aset perusahaan tetap mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang di paparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk”**

A. IDENTIFIKASI MASALAH

Dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Terjadi penurunan penjualan pada tahun 2020
2. Laba per saham mengalami fluktuatif, penurunan terjadi pada tahun 2013 dan 2015

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada PT. Mayora Indah Tbk?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara *firm size* terhadap nilai perusahaan pada PT. Mayora Indah Tbk?
3. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *sales growth* dan *firm size* terhadap nilai perusahaan pada PT. Mayora Indah Tbk?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial antara *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada PT. Mayora Indah Tbk
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial *firm Size* terhadap nilai perusahaan pada PT. Mayora Indah Tbk
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan antara *sales growth* dan *firm size* terhadap nilai perusahaan pada PT. Mayora Indah Tbk

TINJAUAN PUSTAKA

A. KAJIAN TEORI

1. Teori Signal (*Signalling Theory*)

Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manajer dan pemegang saham tidak mempunyai akses informasi perusahaan yang sama. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajer, sedangkan pemegang saham tidak tahu informasi tersebut sehingga terdapat informasi yang tidak simetri (*asymmetric information*) antara manajer dan pemegang saham, akibatnya ketika informasi mengenai pertumbuhan penjualan dan

ukuran perusahaan mengalami perubahan, hal itu dapat membawa informasi kepada pemegang saham yang akan mengakibatkan nilai perusahaan berubah. Brigham dan Houston (2006) memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

2. *Sales Growth*

Menurut Hansen dan Juniarti (2014), pertumbuhan penjualan adalah perubahan total penjualan perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat menggambarkan prestasi investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur pertumbuhan di masa yang akan datang. Menurut Kesuma (2009) bahwa pertumbuhan penjualan (growth of sales) adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan acuan untuk masa yang akan datang.

Menurut Harahap (2011) untuk pertumbuhan penjualan dapat dihitung sebagai berikut:

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

3. *Firm Size*

Menurut Aniela dan Nurbaiti dalam Asmawi (2018) menjabarkan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala penentuan besar kecilnya perusahaan yang dilihat melalui besarnya total aktiva, jumlah penjualan, maupun nilai pasar saham. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan didasarkan pada total aktiva atau total penjualan bersih perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Proksi yang digunakan untuk menggambarkan ukuran perusahaan pada penelitian ini adalah logaritma natural dari total aset.

Berikut rumus untuk menghitung Ukuran Perusahaan menurut (Putu Ayu dan Gerianta, 2018), yaitu:

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

4. Nilai Perusahaan

Chaidir (2015) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah penilaian investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dan kinerja perusahaan yang tercermin melalui harga saham di pasar. Pada penelitian ini Price Book Value (PBV) digunakan sebagai proksi dari nilai perusahaan. Menurut Sugiyono (2016), Price to book value (PBV) ratio menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal. Perusahaan yang baik umumnya mempunyai rasio PBV diatas satu.

Untuk menghitung price to book value digunakan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}} \times 100\%$$

Semakin tinggi price book value (PBV) memberikan indikasi bahwa investor memberikan apresiasi yang tinggi terhadap saham perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran dari pemegang saham Velankar, N., Chandani, A., & Ahuja (2017).

HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, (Sugiyono, 2016).

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. $H_0: \beta_1 = 0$ Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Sales Growth terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk.
2. $H_a: \beta_1 \neq 0$ ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Sales Growth terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk..
3. $H_0: \beta_1 = 0$ Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara firm size terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk.
4. $H_a: \beta_1 \neq 0$ ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara firm size terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk.
5. $H_0: \beta_1 = 0$ Tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara sales growth dan firm size terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk.
6. $H_a: \beta_1 \neq 0$ ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara sales growth dan firm size terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk.

METODOLOGI PENELITIAN

A. JENIS PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:55), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan/pengaruh antara dua variabel atau lebih. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara pencatatan dan penganalisaan data hasil penelitian secara eksak dengan menggunakan perhitungan statistik.

B. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar tabel berupa data keuangan PT Mayora Indah Tbk.

C. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2012). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan pada PT. Mayora Indah Tbk. selama 31 tahun (1990-2020).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono (2012:81). dari populasi diatas maka yang dijadikan sampel yaitu laporan keuangan selama 10 tahun dari tahun 2011 sampai tahun 2020 yang terdiri dari neraca dan laba rugi.

D. LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi pada PT Mayora Indah Tbk yang beralamat di Gedung Mayora Jl. Tomang Raya Kav 21-23, Jakarta Barat, Indonesia.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiarto (2017) Data sekunder merupakan data primer yang diperoleh oleh pihak lain atau data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan PT Mayora Indah Tbk yang di akses melalui situs resmi perusahaan dan idnfinancials.com Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka dan dokumentasi.

F. TEKNIK ANALISIS DATA

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.(Ghozali, 2013)

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi (Ekananda, 2015).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi maka digunakan dasar sebagai berikut :

Jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $\geq 0,1$,maka tidak terjadi multikolinieritas, Jika nilai VIF > 10 dan nilai Tolerance $\leq 0,1$, maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah suatu gejala dimana residu dari suatu persamaan regresi berubahubah pada suatu rentang data tertentu. (Ekananda, 2015)

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah suatu keadaan dimana terdapat hubungan antar error suatu periode dengan error periode lainnya, dan biasanya terjadi pada runtun waktu (time series).(Ekananda, 2015)

Analisis regresi linier berganda

Menurut Sugiyono (2014), yang menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan jika nilai variabel independennya adalah minimal 2 variabel. analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis apakah terdapat dua hubungan sebab akibat antara variabel ataupun menganalisis berapa besar pengaruh *Sales growth* dan *Firm size* terhadap nilai perusahaan. Adapun rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Nilai perusahaan

a = Bilangan Konstan

X₁ = Sales Growth

X₂ = Firm Size

Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi (R²) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. bila nilai koefisien determinasi (R²) sama dengan nol artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali, sementara bila R² sama dengan satu artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain, R² = 1, maka semua titik pengamatan berada pada garis regresi.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi. Jadi untuk menguji pengaruh setiap variabel independen yang diukur dengan *sales growth* dan *firm size* secara parsial terhadap variabel dependen nilai perusahaan yang diukur dengan Price To Book Value (Y). Berikut kriteria dalam pengambilan keputusan dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai sig. < 0.05 atau T hitung > T tabel, maka terdapat pengaruh variabel independent secara parsial secara terhadap variabel dependent.

Jika nilai sig. > 0.05 atau T hitung < T tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji koefisien (slope) regresi secara bersama-sama. Jadi, Uji F ini akan menguji pengaruh variabel independen yang diukur dengan *sales growth* dan *firm size* secara simultan terhadap variabel dependen nilai perusahaan yang diukur dengan Price To Book Value (Y). Berikut kriteria dalam pengambilan keputusan dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika nilai sig. < 0.05 atau F hitung > F tabel, maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

b. Jika nilai sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel, maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

HASIL PENELITIAN

A. PEMBAHASAN HASIL ANALISIS DATA

a. Uji normalitas

Tabel 2 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		10
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.72497994
Most Extreme Differences	Absolute	.171
	Positive	.171
	Negative	-.090
Test Statistic		.171
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test di atas, dapat diketahui bahwa *Sales growth* (X_1), *Firm Size* (X_2) Dan Nilai perusahaan (Y) dengan nilai signifikan sebesar 0.200 memenuhi syarat distribusi normal > 0,05. Artinya asumsi normal terpenuhi.

b. Uji Multikolenearitas

Tabel 3 Hasil uji multikolenearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

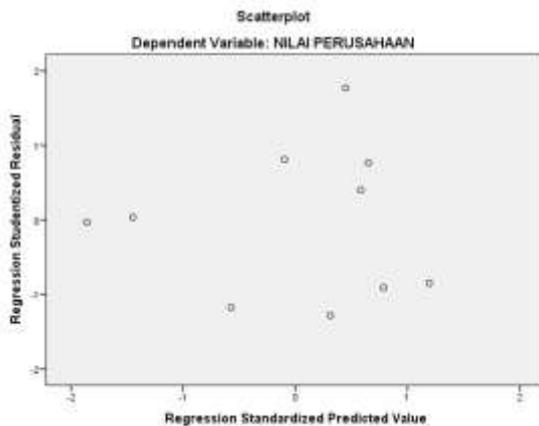
1	(Constant)	39.478	24.043		1.642	.145		
	SALES GROWTH	-2.714	3.800	-.319	-.714	.498	.549	1.821
	FIRM SIZE	-1.132	.797	-.635	-1.420	.199	.549	1.821

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Tabel 3 diatas menunjukkan nilai tolerance variabel *Sales Growth* (X_1), *Firm Size* (X_2) masing-masing sebesar 0,549 lebih besar dari 0,10. Nilai VIF yang diperoleh untuk variabel *Sales Growth* (X_1) dan *Firm Size* (X_2) masing-masing sebesar $1,821 < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi tersebut.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4 Hasil uji Heterokedastisitas



Berdasarkan table 4 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik plot tidak membentuk pola tertentu dan cenderung menyebar disekitar sumbu $Y=0$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.00000

Cases < Test Value	5
Cases >= Test Value	5
Total Cases	10
Number of Runs	6
Z	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1.000

a. Median

Berdasarkan hasil output spss diatas, didapatkan nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar 1,000 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.478	24.043		1.642	.145
	SALES GROWTH	-2.714	3.800	-.319	-.714	.498
	FIRM SIZE	-1.132	.797	-.635	-1.420	.199

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linear berganda diatas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 39.478 - 2.714X_1 - 1.132X_2$$

Nilai konstanta = 39.478 berarti menunjukkan nilai *sales growth* dan *firm size* dianggap konstan, maka nilai dari nilai perusahaan meningkat sebesar 39.478. Nilai koefisien *sales growth* yaitu sebesar -2,714 artinya setiap kenaikan 1% variabel *sales growth* maka nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 2,714%. Nilai koefisien *firm size* yaitu -1.132 artinya setiap kenaikan 1% variabel *firm size* maka nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 1.132%.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7 Hasil uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 ^a	.233	.013	.82205

a. Predictors: (Constant), FIRM SIZE, SALES GROWTH

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan hasil olah data SPSS nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0.233. Artinya kontribusi pengaruh antara *sales growth* dan *firm size* terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk yaitu sebesar 23,3% sedangkan sisanya 76,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 8 hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	39.478	24.043		1.642	.145
	SALES GROWTH	-2.714	3.800	-.319	-.714	.498
	FIRM SIZE	-1.132	.797	-.635	-1.420	.199

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh t hitung *sales growth* adalah sebesar -0,714 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,306 ($-0,714 < 2,306$) artinya H_0 diterima. Nilai sig variabel *sales growth* yaitu 0,498 lebih besar dari 0,05 ($0,498 > 0,05$) artinya H_0 diterima atau tidak signifikan. Maka *sales growth* tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel diatas nilai t hitung variabel *firm size* sebesar -1,420 lebih kecil dari t tabel sebesar 2,306 ($-1,420 < 2,306$) artinya H_0 diterima. Nilai signifikansinya sebesar 0.119 lebih besar dari 0,05 ($0,119 > 0,05$) artinya H_0 diterima atau tidak signifikan. Maka *firm size* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.

Uji F

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.434	2	.717	1.061	.396 ^b
	Residual	4.730	7	.676		
	Total	6.164	9			

- a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN
- b. Predictors: (Constant), FIRM SIZE, SALES GROWTH

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F hitung sebesar $1,061 > F$ tabel 4,46 maka H_a diterima. Dengan nilai sig sebesar $0,396 > 0,05$ berarti tidak signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa *sales growth* dan *firm size* berpengaruh secara simultan dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Sales growth* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk.
2. *Firm size* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk.
3. *Sales growth* (X1) dan *firm size* (X2) secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk.

B. SARAN

1. Bagi investor penelitian di harapkan mampu memberikan informasi kepada para investor untuk di jadikan bahan pertimbangan mengenai pengaruh sales grownt dan firm size terhadap nilai perusahaan pada unilever di be
2. Saran bagi perusahaan yaitu lebih memperhatikan lagi nilai perusahaan karena nilai perusahaan yang baik mencerminkan kinerja keuangan yang baik dan juga para calon investor selalu melihat kinerja keuangan terlebih dahulu sebelum berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaberg, A. M., Larsen, C. E., Rasmussen, B. S., Hansen, C. M., & Lasen, J. M. (2014). *Basic Life Support Knowledge, self-reported skills and fears in Danish high school students and effect of a single 45-min training session run by junior doctors; a prospective cohort study. Resuscitation and Emergency Medicine:22-24*
- Aries Heru Prasetyo, 2011, *Valuasi Perusahaan, PPM, Jakarta Pusat.*
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.*
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta.*
- Brigham, E. F., dan Houston, J. F. 2006. *DasarDasar Manajemen Keuangan. Edisi Sepuluh. Salemba Empat.*

Jakarta.

Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.

Entis Haryadi. 2016. *Pengaruh Size Perusahaan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan*.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*.

Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Harahap, Sofyan Syafri, (2010), "Teori Akuntansi Edisi Revisi", PT Raja Grafindo Persada, Jakarta

Horne, James C. Van dan Jhon M. Wachowicz. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 13. Salemba Empat, Jakarta.

Indriyani, Eka. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi Volume 10 (2), Oktober 2017 P-ISSN: 1979-858X; E-ISSN: 2461-1190 Page 333 – 348*.

Mudrajad Kuncoro, (2013). "Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi 4. Jakarta: Erlangga.

Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Prasetyantoko. (2008). *Corporate Governance*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Putu Ayu Widiastari, Gerianta Wirawan Yasa. 2018. *Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan*. ISSN: 2302-8556 *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.23.2. Mei (2018): 957-981*

Pantow, M. S. R., Murni, S. dan Trang, I. 2015. *Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On*

Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA:*

Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Vol.3,No.1(2015).

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7801>. Diakses tanggal 27 Maret 2019.

Seviando, Y. 2014. *Pengaruh Return On Asset dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada*

Perusahaan Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 -2012. Skripsi.

[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65561/pengaruh-return-on-asset-](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65561/pengaruh-return-on-asset-dan-return-on)

[equity-terhadap-nilai-perusahaan-pada-perusahaan-pertambangan-yang-listing-di-](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65561/pengaruh-return-on-asset-dan-return-on-equity-terhadap-nilai-perusahaan-pada-perusahaan-pertambangan-yang-listing-di-bursa-efek-indonesia)

[bursa-efek-indonesia](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65561/pengaruh-return-on-asset-dan-return-on-equity-terhadap-nilai-perusahaan-pada-perusahaan-pertambangan-yang-listing-di-bursa-efek-indonesia)
[periode-2009-2012.html](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65561/pengaruh-return-on-asset-dan-return-on-equity-terhadap-nilai-perusahaan-pada-perusahaan-pertambangan-yang-listing-di-bursa-efek-indonesia). Diakses tanggal 3 April 2019.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta

Sofyaningsih, Sri Pacawati Hardiningsih (2011). *Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang Dan Nilai Perusahaan Ownership Structure, Dividend Policy And Debt Polcy And Firm Value*. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan Vol. 3, No. 1*.

Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.

Wijaya, B. I., & Sedana, I. B. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). E-Jurnal Manajemen Unud, 4(12), 4477–4500.

LAMPIRAN :

1. Kuesioner Penelitian.
2. Tabulasi Data.
3. Dokumentasi Observasi/ Survei/ Pembagian Kuesioer/ Wawancara.
4. Output SPSS.