

Analisis Atas Nilai Perusahaan Yang Dipengaruhi Oleh Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan

by Lulu Fajariani

Submission date: 16-Aug-2019 02:47PM (UTC+0700)

Submission ID: 1160578227

File name: UNIKOM_LuluNurFajariani_Artikel.docx (102.43K)

Word count: 3910

Character count: 24868

Analisis Atas Nilai Perusahaan Yang Dipengaruhi Oleh Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan

(Survei Penelitian Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Tekstil Dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)

Lulu Nur Fajariani
Dr. Adeh Ratna Komala, S.E., M.Si

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia
Email: Inurfajariani@yahoo.com

ABSTRACT

The study was conducted on textile and garment sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2012-2016 period. The phenomenon that occurs in the textile and garment sub-sector manufacturing companies is the decline in value of the company for several years, but not followed by sales growth and company size. The purpose of this study is to determine and test empirically the magnitude of the value of the company which is influenced by sales growth and size of the company either partially.

The method used in this research is descriptive and verification methods with a quantitative approach. The sample used in this study uses a purposive sampling method, the sample in this study is a financial report for 5 years that is used as a sample of 40 Annual Financial Statements. The analysis technique used is multiple linear regression.

The results of this study indicate that, (1) there is a significant and positive influence between sales growth variables with a firm value of 31%, (2) there is a significant and positive influence between the size of the company on the company's value of 30%.

Keywords: Sales growth, company size, company value

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia bisnis untuk dapat bersaing dengan cukup luas baik dalam negeri maupun luar negeri diharapkan agar setiap perusahaan untuk berupaya meningkatkan kinerja perusahaan dengan baik demi kelangsungan hidup serta eksistensi dalam perusahaan (Silviana dan Asyik, 2016).

Perusahaan yang mengelola laporan keuangan dengan baik akan mendaftarkan di Bursa Efek Indonesia pasar modal sebagai wahana bagi pengalokasian dana secara efisien, dimana investor dapat melakukan investasi pada beberapa perusahaan yang ditawarkan oleh pasar modal (Suardi Yakub, dkk, 2014).

Selain itu, pada sudut pandang investor pertumbuhan suatu perusahaan pada penjualan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan bagi investor dan mengharapkan tingkat pengembalian dari investasi yang dilakukan guna menunjukkan perkembangan yang baik (Wijaya dan Utama, 2014).

Perusahaan yang meningkatkan ukuran perusahaannya, maka harga saham dan nilai perusahaan akan meningkat dikarenakan perusahaan dengan ukuran yang besar dianggap lebih mampu memberikan tingkat pengembalian investasi sehingga akan mengurangi tingkat ketidakpastian investor terhadap perusahaan (Dewi dan Wirajaya, 2013).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Adanya penurunan pada PT Argo Pantes Tbk subsektor tekstil dan garmen pada nilai perusahaan dan pertumbuhan penjualan selama 2 tahun, hal ini tidak diikuti dengan kenaikan pertumbuhan penjualan PT Sunson *Textile* Tbk.
2. Adapun kenaikan ukuran perusahaan pada PT Sunson *Textile* Tbk selama 2 tahun periode 2013-2014 namun pada nilai perusahaan dan pertumbuhan penjualan PT Argo Pantes Tbk mengalami penurunan di tahun yang sama.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang dikemukakan diatas, maka Penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen?
2. Seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai analisis atas nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, guna diolah untuk dianalisis lebih lanjut.

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan informasi tambahan sekaligus dapat memberikan masukan untuk mengevaluasi bagi pengembangan perusahaan dan dapat digunakan untuk mempertimbangkan pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebagai acuan dalam melakukan penilaian laba/rugi.

2. Bagi Investor

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan pertimbangan bagi nilai perusahaan dengan melihat pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan, karena pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan yang diperoleh perusahaan.

1.6.2 Kegunaan Akademis

1. Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian yang ini, dapat menjadikan informasi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pada bidang akuntansi keuangan khususnya mengenai pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat menjadikan acuan informasi bagi pengembangan penelitian terutama berkaitan dengan analisis atas nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan sebagai referensi bagi pembaca.

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Pertumbuhan penjualan membandingkan hasil penjualan tahun ini dengan penjualan tahun sebelumnya. Untuk mengindikasikan adakah terjadinya pertumbuhan penjualan pertahunnya (Jopie Jusuf, 2014:99).

ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya untuk melihat suatu perusahaan menurut berbagai cara, antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham (Hery, 2017:3).

nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang dikaitkan dengan harga saham (Hery, 2017:2).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hery (2017:108) bahwa pertumbuhan penjualan memiliki berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana pertumbuhan penjualan akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017:26) ukuran perusahaan memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan karena besarnya ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan teori, maka penulis mengambil hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah 90 Laporan Keuangan tahunan dari 5 perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen dari tahun 2012-2016 atau $N = 18 \times 5 = 90$ Laporan Keuangan yang terdiri atas Laporan Posisi Keuangan yaitu Neraca dan Laporan Laba Rugi perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun daftar perusahaan sub sektor manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dapat dilihat pada **Tabel 3.2**.

3.2.2 Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 Laporan Keuangan Tahunan.

3.3 Metode Analisis Data

1) Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

Untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan dari variabel – variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), selanjutnya pengujian dilakukan dengan menggunakan uji statistik t dengan langkah – langkah sebagai berikut:

- a) Menentukan hipotesis parsial antara variabel bebas Pertumbuhan Penjualan terhadap variabel terikat Nilai Perusahaan. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

$H_a : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

- 1) b) Menentukan hipotesis parsial antara variabel bebas ukuran perusahaan terhadap variabel terikat nilai perusahaan. Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

$H_a : \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

- c) Menentukan Tingkat Signifikan

Ditentukan dengan 5% dari derajat bebas ($dk = (n - k - 1)$), untuk menentukan t tabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5% karena dinilai cukup untuk mewakili hubungan variabel – variabel yang diteliti dan merupakan tingkat signifikansi yang umum digunakan dalam suatu penelitian.

- 1) Menghitung nilai t hitung.

- e) Kemudian dibuat kesimpulan mengenai diterima tidaknya hipotesis setelah dibandingkan antara t hitung dan t tabel dengan kriteria:

1. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien positif.
2. Tolak H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada alpha 5% untuk koefisien negatif.
3. Tolak H_0 jika nilai $t - sign < \alpha$ 0,05.

2) Menggambar Daerah Penerimaan dan Penolakan

Penggambaran daerah penerimaan atau penolakan hipotesis beserta kriteria dan kesimpulannya akan dijelaskan berikut ini.

- 1) Hasil t hitung dibandingkan dengan t tabel dengan kriteria:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti H_a diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada pengaruhnya.
- b) Jika $-t_{hitung} \leq t_{tabel} \leq t_{hitung}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti H_a ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada pengaruhnya.
- c) t hitung dicari dengan rumus perhitungan t hitung
- d) t tabel dicari di dalam tabel distribusi t student dengan ketentuan sebagai berikut, $\alpha = 0,05$ dan $db = (n - k - 1)$

3) Penarikan Kesimpulan

Daerah yang diarsir merupakan daerah penolakan, dan berlaku sebaliknya. Jika t hitung jatuh di daerah penolakan (penerimaan), maka H_0 ditolak (diterima) dan H_a diterima (ditolak). Artinya koefisien regresi signifikan (tidak signifikan).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif

4.1.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Pertumbuhan Penjualan

Berdasarkan Tabel 4.2 output SPSS, terlihat nilai rata-rata pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 adalah sebesar 2,0988 dengan nilai simpangan baku sebesar 0,98189. Nilai pertumbuhan penjualan terendah yaitu 0,69 kali penjualan yang dimiliki oleh PT Polychem Indonesia Tbk pada tahun 2015, sedangkan nilai pertumbuhan penjualan tertinggi dimiliki oleh PT Century Textile Tbk sebesar 3,89 kali penjualan pada tahun 2012.

4.1.1.2 Hasil Analisis Deskriptif Ukuran Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.4 output SPSS, terlihat nilai rata-rata ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 adalah sebesar 366167722,20 dengan nilai simpangan baku sebesar

123671.931,420. Nilai ukuran perusahaan terendah yaitu 116157533 dimiliki oleh PT Argo Pantes Tbk pada tahun 2012, sedangkan nilai ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh PT Polychem Indonesia Tbk sebesar 598838346 pada tahun 2012.

4.1.1.3 Hasil Analisis Deskriptif Nilai Perusahaan

Dari **Tabel 4.6** *output SPSS*, terlihat nilai rata-rata nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Tekstil dan Garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 adalah sebesar 431,83% dengan nilai simpangan baku sebesar 116,716%. Nilai persentase nilai perusahaan terendah yaitu 223% dimiliki oleh PT Sunson Textile Manufacture Tbk pada tahun 2015, sedangkan nilai persentase nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh PT Apac Citra Centertex Tbk sebesar 725% pada tahun 2015.

4.1.2 Hasil Analisis Verifikatif

Pengujian uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi, analisis determinasi, serta pengujian hipotesis. Pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan *software SPSS Versi 16.0* dan untuk lebih jelasnya akan dibahas berikut ini.

4.1.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE).

1) Uji Normalitas

Hasil pada **Tabel 4.7** menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai residual yang berdistribusi normal jika nilai signifikansi pengujian Kolmogorov Smirnov tersebut bernilai 0,59 yang mana hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Berdasarkan konsep tersebut dapat diketahui bahwa distribusi data bersifat normal apabila nilai *Asymp.Sig* bernilai diatas 0,05. Adapula hasil dari uji validitas yang dilihat dalam bentuk grafik.

Berdasarkan **Gambar 4.4** dapat diketahui bahwa sebaran *unstandardized* residual mengikuti dan menyebar disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan residu model persamaan regresi berdistribusi normal atau memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Dari hasil **Tabel 4.8** *output SPSS*, terlihat nilai *tolerance* yang diperoleh untuk kedua variabel bebas adalah sebesar 0,989 > 0,10 dengan nilai *VIF* sebesar 1,011 < 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas, maka model telah memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan **Tabel 4.9** terlihat bahwa probabilitas pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan sebesar 0,872 > 0,05 dan probabilitas ukuran perusahaan dengan pertumbuhan penjualan sebesar 0,742 > 0,05 maka dapat dinyatakan terima H_0 (tolak H_1) artinya tidak adanya hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan nilai mutlak dan residualnya.

4) Uji Autokorelasi

Berdasarkan **Tabel 4.10** diatas diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,207. Karena nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < 1,207 < +2$, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi. Berdasarkan seluruh hasil pengujian yang telah dilakukan di atas, maka disimpulkan data dalam penelitian ini tidak diperoleh pelanggaran terhadap asumsi regresi.

4.1.2.2 Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan pada **Tabel 4.7** di atas Nilai yang tertera dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = 93,599 + 1,968 X_1 - 0,03190 X_2$$

93,599 artinya Jika variabel nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan atau

4

kedua variabel bebas maka besarnya rata-rata nilai perusahaan diramalkan bernilai 93,599.

1,968 artinya : Untuk setiap pertambahan nilai pertumbuhan penjualan sebesar 1,968 maka akan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan diramalkan sebesar 1,968. Hal tersebut berarti bahwa pertumbuhan penjualan memiliki hubungan yang searah dengan nilai perusahaan.

0,3190 artinya : Untuk setiap pertambahan nilai ukuran perusahaan sebesar 0,3190 maka akan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan sebesar 0,3190. Hal tersebut berarti bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan yang searah terhadap nilai perusahaan.

4.1.2.3 Analisis Korelasi Parsial

Analisis korelasi berfungsi untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Adapun untuk memberikan interpretasi pada koefisien korelasi yang diperoleh, peneliti mengacu pada pedoman interpretasi korelasi dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Berikut hasil korelasi dari masing – masing variabel dalam penelitian ini:

A) Korelasi antara Pertumbuhan Penjualan dengan Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil output, diperoleh nilai koefisien korelasi untuk pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan sebesar 0,575 yang mana hasil tersebut masuk dalam skor interval antara 0,40 – 0,599. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan. Hasil perhitungan yang positif antara dua variabel diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan.

B) Korelasi antara Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.14 hasil output, diperoleh nilai koefisien korelasi untuk ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan sebesar 0,576 yang mana hasil tersebut masuk dalam skor interval antara 0,40 – 0,599. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Hasil perhitungan yang negatif antara dua variabel diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

4.1.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan Tabel 4.15 berarti bahwa Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan memberikan pengaruh sebesar 0,61 atau 61% terhadap nilai perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 39% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

4.1.2.5 Pengujian Hipotesis

a) Pengujian Hipotesis Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel pertumbuhan penjualan sebesar 2,090. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=40-2-1=37$, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar $\pm 2,021$. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_1 sebesar $2,090 > \text{nilai } t_{tabel} 2,021$, maka H_0 ditolak artinya variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil output tersebut digambarkan, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengujian pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dapat dilihat pada Gambar 4.5.

b) Pengujian Hipotesis Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0,984. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=40-2-1=37$, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar $\pm 2,021$. Diketahui bahwa t_{hitung} untuk X_2 sebesar $2,032 < \text{nilai } t_{tabel} -2,021$, maka H_0 ditolak artinya variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil output tersebut digambarkan, nilai t_{hitung} dan t_{tabel} untuk pengujian parsial ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat dilihat pada Gambar 4.8.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Besarnya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan tersebut sebesar 31% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti biaya, perputaran uang, hutang, pendapatan, pajak, beban. Hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan bernilai positif dan berada pada kategori korelasi cukup kuat. Artinya, pertumbuhan penjualan mempunyai hubungan yang cukup kuat terhadap nilai perusahaan. Sedangkan bernilai positif bermaksud bahwa pertumbuhan penjualan berbanding searah dengan nilai perusahaan. Dimana jika pertumbuhan penjualan meningkat maka nilai perusahaan pun akan meningkat.

4.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Besarnya pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan tersebut sebesar 30% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti hutang, naik turunnya saham, pendapatan, saldo defisit dan lain-lain. Hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan bernilai positif dan berada pada kategori korelasi cukup kuat. Artinya, ukuran perusahaan mempunyai hubungan yang cukup kuat terhadap nilai perusahaan. Sedangkan bernilai positif bermaksud bahwa ukuran perusahaan berbanding searah dengan nilai perusahaan, yang berarti jika ukuran perusahaan naik maka nilai perusahaan akan naik begitu juga sebaliknya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1) Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016, dimana setiap ada peningkatan dalam pertumbuhan penjualan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun beberapa yang menyebabkan nilai perusahaan menurun yaitu utang kepada pihak ketiga, utang kepada pihak yang berelasi, pinjaman jangka pendek dan jangka panjang, utang pajak, beban yang masih harus dibayar dan utang bank. Dan kecilnya pertumbuhan penjualan disebabkan oleh beban pokok penjualan, membayar amortisasi dan biaya diskonto. Hal tersebut berimbas pada pertumbuhan penjualan, sehingga nilai perusahaan yang didapatkan oleh perusahaan pun kecil.

2) Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016, dimana setiap kenaikan dari ukuran perusahaan akan meningkat pula nilai perusahaan. Namun beberapa yang menyebabkan ukuran perusahaan naik yaitu oleh piutang usaha, kas, persediaan, uang jaminan belum ditentukan penggunaannya. Hal tersebut berimbas pada ukuran perusahaan yang meningkat sehingga nilai perusahaan ikut tinggi.

5.2 Saran

Bagi perusahaan manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mendapatkan nilai perusahaan rendah yang disebabkan disebabkan oleh sedikitnya perolehan pertumbuhan penjualan karena beban pokok penjualan, biaya yang dimiliki perusahaan kepada pihak lain. Hal tersebut berimbas pada pertumbuhan penjualan, sehingga nilai perusahaan yang didapatkan oleh perusahaan pun kecil. Sebaiknya untuk mengatasi hal tersebut, maka perusahaan harus meminimalisir pengeluaran perusahaan agar pendapatan yang diperoleh menjadi besar. Selain itu penyebab nilai perusahaan rendah disebabkan oleh yaitu utang kepada pihak ketiga, utang kepada pihak berelasi, utang pajak, beban yang masih harus dibayar, utang bank. Sebaiknya perusahaan mengurangi pinjaman baik jangka pendek maupun jangka panjang, sehingga ukuran perusahaan meningkat dan nilai perusahaan menjadi meningkat pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya. 2013. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan*. E-Journal Akuntansi Universitas Yudayana, 358-372
- Hery. 2017. *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analitis*. Jakarta: Grasindo
- I Putu Wijaya dan I. M. Utama. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal serta Harga Saham*. E-Jurnal Akuntansi 6.3
- Jopie Jusuf. 2014. *Analisis Kredit Untuk Account Officer*. Jakarta: PT Gramedia
- Risma Silviana dan Nur Fadrih Asyik. 2016. *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Pertumbuhan Laba*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi: Volume 5, Nomor 1, Januari 2016. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
- Suardi Yakub, Suharsil, dan Jufri Halim. 2014. *Pengaruh Profitabilitas Dan Invesment Opportunity Set Terhadap Dividen Tunai Perusahaan Go Publik Sektor Perbankan Bursa Efek Indonesia*. Jurnal SAINTIKOM Vol. 13, No. 1, Januari 2014 ISSN: 1978-6603

LAMPIRAN

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

No	Code	Perusahaan	Tanggal IPO
1	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk	22 Jan 1998
2	SRIL	Sri Rrejekti Isman Tbk	17 Jun 2013
3	SSTM	Sunson Textile Manufacture Tbk	20 Aug 1997
4	STAR	Star Petrochem Tbk	13 Jul 2011
5	TFCO	Tifico Fiber Indonesia Tbk	26 Feb 1980
6	TRIS	Trisula International Tbk	28 Jun 2012
7	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk	18 Apr 2002
8	CNTX	Century Textile Industry Tbk	22 May 1979
9	ERTX	Eratex Djaya Tbk	21 Aug 1990
10	ESTI	Ever Shine Tex Tbk	13 Oct 1992
11	HDTX	Panasia Indo Resource Tbk	6 Jun 1990
12	INDR	Indo Rama Synthetic Tbk	3 Aug 1990
13	MYTX	Apac Citra Centertex Tbk	10 Oct 1998
14	PBRX	Pan Brothers Tbk	16 Aug 1990
15	POLY	Asia Pasific Fibers Tbk	12 Mar 1991

16	3 ADMG	Polychem Indonesia Tbk	20 Oct 1993
17	ARGO	Argo Pantes Tbk	7 Jan 1991
18	BELL	Trisula Textile Industry Tbk	3 Oct 2010

Tabel 4.2
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pertumbuhan penjualan	40	.69	3,89	2,0988	,98189
Valid N (listwise)	40				

Tabel 4.4
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran perusahaan	40	116157533	598838346	366167722,20	123671931,420
Valid N (listwise)	40				

Tabel 4.6
Descriptive Statistics

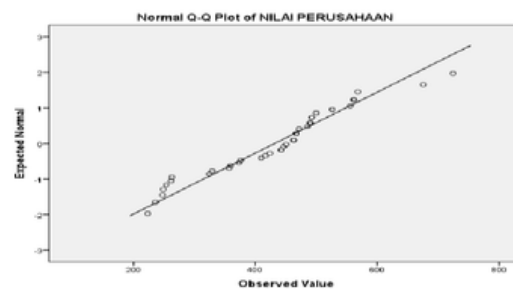
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai perusahaan	40	223	725	431,83	116,716
Valid N (listwise)	40				

Tabel 4.7
Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
NILAI PERUSAHAAN	,136	40	,059	,951	40	,083

a. Lilliefors Significance Correction



Gambar 4.4
P-Plot Uji Normalitas

Tabel 4.8
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pertumbuhan penjualan	.989	1.011
Ukuran perusahaan	.989	1.011

a. Dependent Variable: nilai perusahaan

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.247 ^a	.061	.010	116,107	1.207

a. Predictors: (Constant), ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan

b. Dependent Variable: nilai perusahaan

Tabel 4.11
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	93,599	47,026		1.990	,054
Pertumbuhan penjualan	1,968	12,112	,027	,162	,872
Ukuran perusahaan	3,190E-008	.000	,055	,332	,742

a. Dependent Variable: nilai perusahaan

Tabel 4.12
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Keeratan Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Tabel 4.13
Koefisien Korelasi pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan

Correlations

Control Variables		Pertumbuhan penjualan	Nilai perusahaan
Pertumbuhan penjualan	Correlation	1	,591
	Significance (2-tailed)	.	,237
	N	40	40
Nilai perusahaan	Correlation	,591	1
	Significance (2-tailed)	,237	.
	N	40	40

Tabel 4.14
Koefisien Korelasi ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan

Control Variables		Ukuran perusahaan	Nilai perusahaan
Ukuran perusahaan	Correlation	1	576
	Significance (2-tailed)	.	277
	N	40	40
Nilai perusahaan	Correlation	576	1
	Significance (2-tailed)	277	.
	N	40	40

Tabel 4.15
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,247 ^a	,061	,010	116,107	1.207

a. Predictors: (Constant), pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan

b. Dependent Variable: nilai perusahaan

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi Partial
Coefficients^a

Model		Standardized Coefficients	Correlations	
		Beta	Zero-order	Partial
1	(Constant)			
	Pertumbuhan penjualan	.75	.91	.31
	Ukuran perusahaan	.58	.60	.30

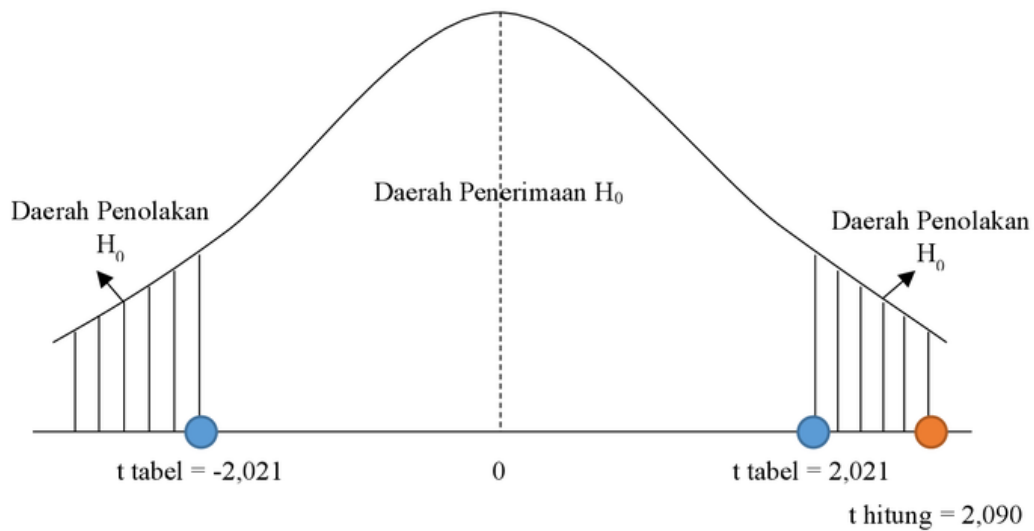
a. Dependent Variable: nilai perusahaan

Tabel 4.16
Koefisien Uji Hipotesis Pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	442,717	73,932		5,988	,000
	Pertumbuhan penjualan	20,762	19,042	,175	2,090	,283
	Nilai perusahaan	1,487E-007	,000	,158	,984	,332

a. Dependent Variable: nilai perusahaan

Gambar 4.5
Grafik Uji Hipotesis Pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

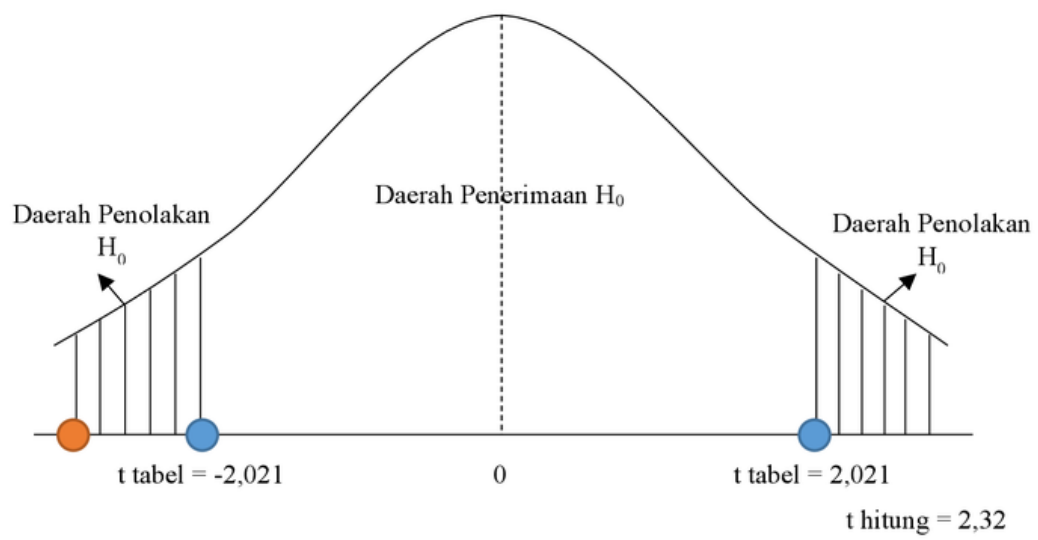


Tabel 4.14
Koefisien Uji Hipotesisi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	442,717	73,932		,000
	Pertumbuhan penjualan	20,762	19,042	,175	,283
	Ukuran perusahaan	1,487E-007	,000	,158	,332

a. Dependent Variable: nilai perusahaan

Gambar 4.8
Grafik Uji Hipotesisi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan



Analisis Atas Nilai Perusahaan Yang Dipengaruhi Oleh Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan

ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	elib.unikom.ac.id Internet Source	7%
2	ojs.unikom.ac.id Internet Source	6%
3	repository.unhas.ac.id Internet Source	3%
4	id.123dok.com Internet Source	2%
5	text-id.123dok.com Internet Source	2%
6	docobook.com Internet Source	2%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On