

Pengaruh ROE, *Sales Growth* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Penulis:

Riska Putri Dianissa¹
Rina Yuliasuty
Asmara²

Afiliasi:

Universitas Mercu
Buana

Korespondensi:

riska2237@gmail.com¹
rina.yuliasuty@mercubuana.ac.id²

Histori Naskah:

Submit: 05-10-2024

Accepted: 30-01-2025

Published: 12-03-2025

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ROE, Sales Growth, Ukuran Perusahaan terhadap nilai Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022, dengan total sebanyak 22 perusahaan. Sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Dengan menggunakan purposive sampling diperoleh sebanyak 9 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel dengan tahun pengamatan 4 tahun, maka jumlah sampel keseluruhan adalah 36 data sampel penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diambil dari mengakses situs idx.co.id dan situs resmi masing-masing perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Return On Equity (ROE) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai sebuah Perusahaan, ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai sebuah perusahaan, sedangkan Sales Growth tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, ROE, *Sales Growth*, Uuran Perusahaan

Pendahuluan

Nilai saham mencerminkan persepsi pasar tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan arus kas di masa depan, serta tingkat risiko yang dihadapi. Harga saham mewakili jumlah yang bersedia dibayarkan oleh investor untuk mendapatkan sebagian kepemilikan perusahaan. Namun, nilai pasar saham tidak selalu mencerminkan nilai intrinsik perusahaan, karena harga saham dapat dipengaruhi oleh fluktuasi pasar, sentimen investor, dan faktor eksternal lainnya (Hillier et al., 2024). Selain itu, nilai saham sangat dipengaruhi oleh variabel fundamental perusahaan, seperti kinerja keuangan, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi nilai saham menjadi sangat penting dalam penilaian perusahaan dan pengambilan keputusan investasi.

Penelitian ini menjadi urgen mengingat perlambatan pertumbuhan pasar saham Indonesia pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2021. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) hanya tumbuh sebesar 4,08% pada tahun 2022, dibandingkan dengan 10,08% pada tahun sebelumnya. Kondisi ini dipengaruhi oleh gejolak global yang tak terduga, termasuk resesi ekonomi di beberapa kawasan utama seperti Amerika Serikat dan Eropa, yang menyebabkan penurunan permintaan ekspor tekstil dan garmen Indonesia (Binekasri 2022). Penurunan kinerja ini mendorong perlunya penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, khususnya di sektor tekstil dan garmen yang sangat terpengaruh oleh kondisi pasar global. Pemahaman lebih lanjut tentang pengaruh ROE, Sales Growth, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat membantu para manajer perusahaan untuk mengoptimalkan strategi bisnis mereka di tengah ketidakpastian ekonomi global. Di sisi lain, dampak eksternal dari penurunan nilai perusahaan terlihat pada fenomena pemutusan hubungan kerja (PHK) massal, berdasarkan data dari Asosiasi

Pertekstilan Indonesia (API), selama periode 1-16 November 2022, sebanyak 149 dari 233 perusahaan tekstil di Indonesia telah melakukan PHK, dengan total 85.951 karyawan yang terkena dampak (Rahayu 2022). Gelombang PHK ini sebagian besar terjadi karena perusahaan-perusahaan tersebut mengalami penurunan kinerja yang signifikan akibat berkurangnya permintaan pasar global. Fenomena ini semakin memperlihatkan bahwa penurunan nilai perusahaan berdampak langsung pada stabilitas dan keberlanjutan operasi bisnis di sektor ini, yang akhirnya merugikan tenaga kerja dan ekonomi secara keseluruhan.

Nilai perusahaan merupakan representasi dari nilai total perusahaan yang dinilai oleh pasar, nilai ini menunjukkan persepsi investor pada kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dalam menghasilkan arus kas di masa depan. Dalam meningkatkan nilai perusahaan, penting bagi manajemen untuk fokus pada profitabilitas jangka panjang dan pengelolaan risiko yang efektif (Palepu et al., 2021). Singkatnya nilai perusahaan adalah cerminan dari bagaimana suatu pasar dapat menilai kinerja perusahaan, yang dibentuk oleh ekspektasi arus kas masa depan dan tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor.

Dikatakan oleh Lukanima (2023) ROE merupakan salah satu indikator profitabilitas yang sangat signifikan bagi para investor, hal ini dikarenakan ROE dapat menunjukkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba, ROE yang tinggi sering dikaitkan dengan peningkatan pada nilai perusahaan, karena menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan modal ekuitas dalam menghasilkan laba yang signifikan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Bahraini et al. 2021) menyatakan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kolamban et al., 2020) juga menunjukkan bahwa ROE tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sales Growth juga menjadi variabel penting yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan *Sales growth* atau pertumbuhan penjualan merupakan bagian dari hasil tindakan inti yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Hal ini juga dapat diartikan sebagai peningkatan yang dialami pada *revenue* yang datang pada kurun waktu yang sudah ditetapkan (Blank, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Zhafiira and Andayani 2019) menunjukkan bahwa Sales Growth memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Siahaan and Muslih 2020) menemukan bahwa Sales Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan juga merupakan variabel yang memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki risiko sistematis yang lebih rendah karena mereka lebih mampu beradaptasi dan mengurangi dampak dari perubahan sosial, politik, atau ekonomi yang besar. Selain itu, kekuatan pasar yang dimiliki oleh perusahaan besar sering kali memberikan keunggulan bagi mereka dalam memperoleh keuntungan yang lebih baik, serta tetap kompetitif di tengah persaingan yang ketat (Meagher, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Maharani 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hairi 2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Studi Literatur

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal menjelaskan bagaimana Tindakan yang diambil oleh pemberi sinyal (*signaler*) untuk memanipulasi perilaku penerima sinyal. Teori sinyal merupakan salah satu dasar untuk memahami manajemen keuangan, Hal ini menjelaskan bagaimana manajemen memberikan sinyal mengenai perusahaan melalui berbagai aspek pengungkapan informasi keuangan yang dapat ditafsirkan oleh investor sebagai sinyal. Sinyal-sinyal ini dapat muncul dalam berbagai cara, baik yang dapat dilihat dengan segera maupun yang membutuhkan pemeriksaan lebih dekat untuk menentukannya (Ghozali 2020).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan representasi dari nilai total perusahaan yang dinilai oleh pasar, di mana nilai ini merupakan cerminan dari persepsi investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas di masa depan. Nilai perusahaan mencakup nilai pasar dari ekuitas, utang, dan semua

kewajiban lainnya. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, manajemen harus fokus pada profitabilitas jangka panjang dan pengelolaan risiko yang efektif. Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh keputusan investasi, struktur permodalan, dan kebijakan dividen yang diambil oleh manajemen (Palepu et al., 2021).

Nilai perusahaan merupakan sudut pandang investor terhadap tingkat kesuksesan perusahaan yang kerap dihubungkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar terhadap perusahaan, tidak hanya pada kinerja saat ini tetapi juga pada prospek perusahaan di masa depan. Pencapaian ambang batas maksimum nilai perusahaan sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh para investor (Madewi & Asmara, 2020).

Return On Equity (ROE)

Return on equity (ROE) merupakan indikator penciptaan nilai bagi pemegang saham. Pemegang saham dapat menganalisis perubahan ROE dari waktu ke waktu pada suatu perusahaan, serta membandingkan ROE pada perusahaan yang serupa. Perubahan ROE suatu perusahaan dari waktu ke waktu menunjukkan apakah penciptaan nilai perusahaan meningkat atau memburuk (Lukanima, 2023). Manajemen perusahaan juga dapat menggunakan nilai ROE untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana tindakan mereka akan mengarah pada penciptaan nilai di masa depan

Sales Growth

Sales growth atau pertumbuhan penjualan, mengacu pada peningkatan pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk atau jasa dalam periode waktu tertentu. Pertumbuhan ini mencerminkan hasil langsung dari aktivitas inti perusahaan dalam menciptakan nilai dan meningkatkan pangsa pasar. Sales growth sering digunakan sebagai indikator kesehatan perusahaan karena menunjukkan seberapa baik perusahaan mampu menarik lebih banyak pelanggan atau meningkatkan pembelian dari pelanggan yang ada. Peningkatan ini dapat disebabkan oleh ekspansi pasar, peluncuran produk baru, atau strategi penjualan yang efektif (Blank, 2020). Kecepatan perusahaan beroperasi akan memengaruhi kemampuannya untuk mempertahankan laba dan memanfaatkan peluang di masa depan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi, yang akan menyebabkan pembayaran dividen meningkat (Diah Iskandar, 2021).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan bisa dikatakan sebagai salah satu unsur penting bagi sebuah perusahaan. Karena perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki resiko sistematis yang rendah dikarenakan oleh kemampuan adaptasi dan meminimalisir efek dari perubahan sosial, politik, dan juga ekonomi yang drastis. Tidak hanya itu, kekuatan pada pasar yang dimiliki oleh perusahaan lebih besar ini dapat memberikan keunggulan bagi mereka dalam mendapatkan keuntungan yang lebih baik dan juga superior di ruang lingkup yang cukup kompetitif (Meagher, 2020).

Pengaruh ROE Terhadap Nilai Perusahaan

Return on equity (ROE) merupakan rasio yang digunakan pemegang saham untuk menganalisis nilai perusahaan meningkat atau memburuk. Manajemen perusahaan juga dapat menggunakan nilai ROE untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana tindakan mereka akan mengarah pada penciptaan nilai di masa depan. Berdasarkan teori sinyal, ROE merupakan indikator yang investor untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan dalam rangka menghasilkan laba. ROE merupakan cerminan atas dampak dari keseluruhan rasio keuangan dan merupakan indikator akuntansi terbaik untuk menggambarkan kinerja perusahaan sehingga ROE adalah sinyal utama bagi investor dalam menilai perusahaan (Laksono and Rahayu 2021). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati and Pinem 2021) hasil penelitian menunjukan bahwa ROE sebagai ukuran profitabilitas, memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₁ : ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan

Sales growth diartikan sebagai peningkatan yang dialami pada pendapatan yang datang pada kurun waktu yang sudah ditetapkan (Foley et al., 2019). Perusahaan yang secara konsisten meningkatkan penjualannya berarti dapat bersaing dengan pasar dalam kondisi apapun. Lebih jauh lagi, perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan dianggap mampu menjual produknya sesuai target, mampu membaca peluang, dan berpeluang untuk sukses. Kesuksesan sebuah perusahaan dapat dilihat dari nilai perusahaannya. Semakin tinggi nilai perusahaan naik, maka pemegang saham akan semakin sejahtera, dan mereka akan mampu menarik investor baru. perusahaan. Akibatnya, semakin tinggi pertumbuhan penjualan (*sales growth*) maka semakin besar pula nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo et al. 2021) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂ : *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut Kobrin, (2023) merupakan unsur penting bagi sebuah perusahaan, dimana perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki resiko sistematis yang rendah dikarenakan oleh kemampuan adaptasi dan meminimalisir efek dari perubahan sosial, politik, dan juga ekonomi yang drastis. Karena memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana, perusahaan dengan ukuran besar juga dapat dengan mudah mengakses pasar modal. Karena kemudahan tersebut, hal ini dianggap oleh para calon investor dan investor sebagai sinyal positif dan baik untuk mengambil keputusan investasi yang dapat mencerminkan nilai perusahaan di masa yang akan datang dimana prospek pertumbuhannya baik sehingga ukuran perusahaan dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Jaya, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Isnaeni et al. 2021) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sub Sektor Textil dan Garment Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2023. Pada penelitian ini sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dibatasi pada sekelompok orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan, baik karena mereka adalah satu-satunya yang memiliki informasi tersebut atau karena mereka memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sekaran 2020). Adapun kriteria yang ditentukan pada penelitian ini dalam pengambilan sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sub sektor textile dan garment yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2022.
2. Perusahaan yang konsisten mengeluarkan laporan keuangan dan tidak delisting dari Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian tahun 2019-2022.
3. Perusahaan yang menggunakan satuan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya.

Definisi Operasional Variabel

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diukur menggunakan PBV (*Price to Book Value*). *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku suatu perusahaan. Semakin besar rasio ini, semakin yakin pasar terhadap prospek perusahaan. PBV juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan dapat menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan (Puspitarini 2022). *Price to book value* (PBV) dirumuskan sebagai berikut (Agusfianto et al., 2022):

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per saham}}$$

Return On Equity (ROE)

Return on Equity (ROE) adalah metrik yang mengukur seberapa baik perusahaan menggunakan total ekuitas untuk menghasilkan laba dalam jumlah tertentu (Wahyu and Yani 2024). Karena ROE dan perubahan laba berkorelasi positif, kita dapat menentukan laba perusahaan dari ROE. Nilai ROE yang tinggi mengindikasikan bahwa bisnis meningkat (Putri and Noor 2022). *Return on equity* (ROE) dirumuskan sebagai berikut (Hasibuan et al., 2023):

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning after tax}}{\text{Total equity}} 100\%$$

Sales Growth

Sales growth menggambarkan pertumbuhan penjualan tahunan perusahaan, peningkatan penjualan mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki tingkat permintaan yang tinggi dan daya saing yang kuat, sehingga pertumbuhan penjualan dapat digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi mengindikasikan bahwa tingkat keuntungan perusahaan baik, dan pembayaran dividen memiliki kecenderungan meningkat sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Putri and Noor 2022). *Sales growth* dirumuskan sebagai berikut (Auliya, 2021):

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Current Period Sales} - \text{Previous Period Sales}}{\text{Previous period sales}} 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat mengkategorikan besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara, antara lain dengan melihat total aktiva, nilai pasar saham, dan lain-lain. Total aset yang dimiliki perusahaan juga tercermin dalam ukuran perusahaan. Semakin besar perusahaan, maka semakin banyak aset yang dimiliki dan semakin banyak pula dana yang dibutuhkan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya (Suryadi 2020). Adapun perhitungan ukuran perusahaan sebagai berikut (Rettobjaan et al., 2024):

$$\text{Size} = \text{In of total assets}$$

Hasil

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Table 1 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV (Y)	36	-2.93	13.93	2.5881	2.93926
ROE (X1)	36	-399.97	104.70	-10.7278	71.48153
SG (X2)	36	-.96	.72	-.0256	.33629
FS (X3)	36	4.42	8.66	6.3766	1.01492
Valid N (listwise)	36				

Berdasarkan hasil statistik deskriptif diatas Variabel PBV memiliki nilai minimum sebesar -2.93 yang dimiliki oleh PT. Asia Pacific Investama Tbk tahun 2022 dan nilai maksimum sebesar 13.93 yang dimiliki oleh PT. Asia Pacific Investama Tbk tahun 2020, dengan rata-rata sebesar 2.5881 dan simpangan baku sebesar 2.93926. Variabel ROE memiliki nilai minimum sebesar -399.97 yang dimiliki oleh PT. Asia Pacific Investama Tbk tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar 104.70 yang dimiliki oleh PT. Asia Pacific Investama Tbk tahun 2021, rata-rata ROE adalah -10.7278 dengan simpangan baku sebesar 71.48153. Variabel SG memiliki nilai minimum sebesar -0.96 yang dimiliki PT. Star Petrochem Tbk tahun 2020 dan nilai maksimum sebesar 0.72 yang dimiliki PT. Trisula International Tbk tahun 2019 dengan rata-rata

sebesar -0.0256 dan simpangan baku sebesar 0.33629. Terakhir, variabel FS memiliki nilai minimum sebesar 4.42 yang dimiliki PT. Golden Flower Tbk tahun 2022 dan nilai maksimum sebesar 8.66 yang dimiliki PT. Uni Charm Indonesia Tbk tahun 2022, rata-rata ukuran perusahaan adalah 6.3766 dengan simpangan baku sebesar 1.01492.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Table 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.26597087
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.115
	Negative	-.103
Test Statistic		.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) memperoleh hasil Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.200 dimana hasil tersebut lebih dari 0.05 yang artinya model regresi terbebas dari normalitas atau data sudah terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

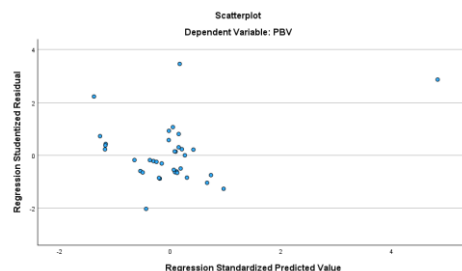
Table 3 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROE (X1)	.944	1.060
	SG (X2)	.929	1.076
	FS (X3)	.984	1.016
a. Dependent Variable: PBV (Y)			

Berdasarkan table diatas uji multikolinieritas menggunakan uji Variance Inflation Factor (VIF) diperoleh hasil dibawah < 10 dimana rata-rata statistics VIF adalah 1. Sehingga model dinyatakan terbebas dari multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas menggunakan uji scatterplot memperoleh data tersebar normal dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Table 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.637 ^a	.406	.350	2.36981	2.190
a. Predictors: (Constant), FS (X3), ROE (X1), SG (X2)					
b. Dependent Variable: PBV (Y)					

Hasil uji autokorelasi menggunakan Durbin Watson pada tabel diatas diperoleh hasil sebesar 2.190 dimana data sampel diperoleh $dU\ 1.6539 < 2.190 < 2.3461$ yang artinya tidak ada korelasi sehingga model terbebas dari autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Table 5 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.406	.350	2.36981
a. Predictors: (Constant), FS (X3), ROE (X1), SG (X2)				

Dari hasil uji koefisien determinasi diatas diperoleh R Square sebesar 0.406 dimana variabel independen penelitian mampu menjelaskan pengaruh sebesar 40%, dan 60% di luar variabel penelitian.

Uji Statistik F

Table 6 Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	122.661	3	40.887	7.280	.001 ^b
	Residual	179.712	32	5.616		
	Total	302.373	35			
a. Dependent Variable: PBV (Y)						
b. Predictors: (Constant), FS (X3), ROE (X1), SG (X2)						

Pengujian simultan memperoleh nilai signifikansi 0.001 atau kurang dari 0.05 dimana variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Statistik t

Table 7 Hasil Uji Statistik t

Coefficients ^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.856	2.570		3.056	.004
ROE (X1)	-.024	.006	-.589	-4.201	.000
SG (X2)	1.133	1.235	.130	.917	.366
FS (X3)	-.862	.398	-.298	-2.167	.038

a. Dependent Variable: PBV (Y)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, disimpulkan bahwa:

- Variabel ROE (X1) menunjukkan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan hasil statistik uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} = -4,201$ lebih besar dari pada $t_{tabel} 2,034$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_1 ditolak yang berarti untuk variabel ROE (X1) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap PBV (Y).
- Variabel SG (X2) menunjukkan nilai signifikansi adalah $0,366 > 0,05$ dan hasil statistik uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} = 0,917$ lebih kecil dari pada $t_{tabel} 2,034$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 diterima dan H_2 ditolak yang berarti untuk variabel SG (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap PBV (Y).
- Variabel FS (X3) menunjukkan nilai signifikansi adalah $0,038 < 0,05$ dan hasil statistik uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} = -2,167$ lebih besar dari pada $t_{tabel} 2,034$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_3 ditolak yang berarti untuk variabel FS (X3) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap PBV (Y).

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan hasil analisis data model regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$PBV = 7.856 - 0.024 ROE + 1.133 SG - 0.862 FS + e$$

- Konstanta (a) sebesar 7.856. Hal ini menyatakan bahwa jika semua variabel independen = 0 (nol), maka nilai perusahaan (PBV) sebesar 7.856. Dapat diartikan bahwa setiap 1 satuan besarnya konstanta, nilai perusahaan meningkat sebesar 7.856 dengan asumsi ROE, SG, FS, dan faktor pengganggu (e) bernilai nol.
- Pada variabel ROE memiliki nilai koefisien -0.024. Hal ini menyatakan bahwa setiap 1 satuan besarnya ROE, maka nilai perusahaan (PBV) menurun sebesar 0.024 dengan asumsi konstanta dan variabel lainnya bernilai 0 (nol).
- Pada variabel SG memiliki nilai koefisien 1.133. Hal ini menyatakan bahwa setiap 1 satuan besarnya pertumbuhan penjualan (SG), maka nilai perusahaan (PBV) meningkat sebesar 1.133 dengan asumsi konstanta dan variabel lainnya bernilai 0 (nol).
- Pada variabel FS memiliki nilai koefisien -0.862. Hal ini menyatakan bahwa setiap 1 satuan besarnya ukuran perusahaan (FS), maka nilai perusahaan (PBV) menurun sebesar 0.862 dengan asumsi konstanta dan variabel lainnya bernilai 0 (nol).

Pembahasan

Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Return on Equity (ROE) memiliki pengaruh negative terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan ROE sering kali dicapai melalui penggunaan utang yang lebih tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan risiko sehingga investor menafsirkan hal ini sebagai sinyal bahwa perusahaan lebih rentan terhadap risiko keuangan, yang dapat mengancam stabilitas jangka panjang. Dalam teori sinyal informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pasar melalui berbagai indikator keuangan berfungsi sebagai sinyal yang membantu investor menilai kondisi perusahaan dan prospek masa depannya. Akan tetapi sinyal tidak selalu dimaknai positif oleh investor, dalam penelitian ini ROE yang tinggi menjadi sinyal kepada pasar bahwa perusahaan cenderung mengambil risiko yang lebih besar untuk meningkatkan laba. Dalam industri dengan risiko yang tinggi atau dalam keadaan pasar yang

tidak pasti, investor memaknai sinyal sebagai tanda bahwa perusahaan mengorbankan stabilitas jangka panjang demi kinerja jangka pendek. Oleh karena itu, meskipun ROE meningkat, sinyal yang diterima oleh investor adalah meningkatnya risiko, sehingga mereka bereaksi dengan menurunkan nilai perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiani et al., 2024) hasil penelitian menunjukkan ROE berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rachmawati and Pinem 2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa ROE sebagai ukuran profitabilitas, memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sales growth tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa meskipun pertumbuhan penjualan menunjukkan tren positif, temuan ini mengindikasikan adanya faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap nilai perusahaan dibandingkan dengan pertumbuhan penjualan. Dalam penelitian kali ini hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berfungsi sebagai sinyal yang cukup kuat atau relevan bagi investor dalam menilai nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor cenderung tidak menganggap pertumbuhan penjualan sebagai indikator penting dalam mempengaruhi keputusan investasi mereka. Investor lebih memperhatikan indikator lain yang lebih langsung berhubungan dengan kesehatan finansial jangka panjang perusahaan, seperti dividen atau rasio keuangan lainnya. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Defni and Rahayu 2021), hasil penelitian menunjukkan bahwa sales growth tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo et al. 2021) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan (sales growth) memiliki pengaruh positif terhadap perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. dalam teori sinyal dijelaskan bahwa manajemen perusahaan menggunakan informasi yang baik untuk memberikan sinyal kepada investor atau pemegang saham. Dalam konteks ini, perusahaan yang memiliki nilai tinggi melakukan signaling melalui kebijakan keuangan yang positif, berbeda dengan perusahaan yang nilai pasarannya rendah. Ukuran yang besar sering kali dianggap sebagai sinyal positif bagi calon investor, karena perusahaan besar umumnya dianggap memiliki keuntungan yang lebih stabil dan risiko yang lebih terdiversifikasi. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan justru memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, meskipun ukuran perusahaan sering kali dianggap sebagai sinyal positif dari kekuatan dan kapasitas perusahaan, dalam kasus tertentu, faktor-faktor internal seperti ketidakefisienan dan risiko yang lebih tinggi dapat membuat sinyal tersebut tampak negatif, mempengaruhi penilaian pasar terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo and Ardiansyah 2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pangestu and Triyono 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ROE dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai sebuah perusahaan, sedangkan *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garment Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah sampel, dengan menggunakan perusahaan selain perusahaan manufaktur dan periode yang digunakan sebaiknya ditambah agar hasil lebih bisa digeneralisasi dan menambah variabel independen lain yang mungkin dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti keputusan pendanaan, dan kebijakan hutang dalam mengoptimalkan nilai perusahaan dan lain-lain.

Referensi

- Agusfianto, N. P., Herawati, N., Fariantin, E., Khotmi, H., & Maqsudi, A. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*.
- Auliya, Z. F. (2021). *Cara Simple Analisis Fundamental (1st ed)*. Lintang Pustaka Utama.
- Bahraini, Syintia, Endri Endri, Sugeng Santoso, Leni Hartati, and Sri Marti Pramudena. 2021. "Determinants of Firm Value: A Case Study of the Food and Beverage Sector of Indonesia." *Journal of Asian Finance* 8(6):839–47. doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0839.
- Binekasri, Romys. 2022. "Fakta-Fakta ISHG & Pasar Modal RI Sepanjang 2022." *CNBC Indonesia*. Retrieved (<https://www.cnbcindonesia.com/market/20221230172435-17-401622/fakta--fakta-ihsg-pasar-modal-ri-sepanjang-2022>).
- Blank, S. (2020). *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win* (Fifth Edition). John Wiley & Sons.
- Defni, Widyavanovitania Sandra, and Yuliastuti Rahayu. 2021. "Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 10(4).
- Diah Iskandar. (2021). The Effect Of Profitability And Sales Growth On Company Value Moderated By Leverage. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 3(5 SEPTEMBER-OCTOBER), 2582–0265. <https://www.ijmsssr.org/paper/IJMSSSR00466.pdf>
- Foley, D., Michl, T., & Tavani, D. (2019). *Growth and Distribution* (Second Editionn). Harvard University Press.
- Ghozali, Imam. 2020. *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hairi, Tarmiji. 2019. "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013-2017." *Tirtayasa Ekonomika* 14(2):171. doi: 10.35448/jte.v14i2.4743.
- Hasibuan, L., Daulay, P. B. M., Nasution, E. Z. L., Lestari, S., & Utami, T. W. (2023). *Analisa Laporan Keuangan Syariah*. CV. Merdeka Kreasi Group.
- Hillier, D., Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2024). *Corporate Finance* (Five Efition). McGraw Hill.
- Isnaeni, Wina Ayu, Suryo Budi Santoso, Erny Rachmawati, Selamat Eko, Budi Santoso, Muhammadiyah Purwokerto, Pertumbuhan Perusahaan, Perusahaan Dan, Struktur Modal, and Jawa Tengah. 2021. "15 PENDAHULUAN Sebagai Negara Dengan Penduduk Muslim Terbesar , Sudah Selayaknya Indonesia Menjadi Pelopor Dan Kiblat Pengembangan Keuangan Syariah Di Dunia . Karena Potensi Indonesia Untuk Menjadi Global Player Keuangan Syariah Sangat Besar Diantaranya ,." *Review of Applied Accounting Research (RAAR)* 1(1):1–11.
- Jaya, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) dan Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(1), 38. <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2136>
- Kobrin, S. (2023). *Managing Political Risk Assesment*. University of California Press.
- Kolamban, Dea V, Sri Murni, and Dedy N. Baramuli. 2020. "Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas

- Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bei.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8(3):174–83.
- Laksono, Bimantara Satria, and Yuliastuti Rahayu. 2021. “Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 10(1):1–17.
- Lukanima, B. K. (2023). *Corporate Valuation Benedicto Kulwizira Lukanima A Practical Approach with Case Studies*. Springer International Publishing. <https://link>.
- Madewi, A., & Asmara, R. Y. (2020). The Influence of Intellectual Capital on Corporate Values (Empirical Study of Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015 - 2018). *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, 11(2), 61–74. <https://doi.org/10.9790/5933-1102056174>
- Maharani, Yustika. 2022. “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan.” *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Malahayati* 10(2):97–103. doi: 10.33024/jrm.v10i2.4902.
- Meagher. (2020). *Competition is killing us: How big business is harming our society and planet-and what to do about it*. Penguin UK.
- Palepu, K. G., Healy, P., Wright, S., Bradbury, M., & Coulton, J. (2021). *Business Analysis and Valuation: Using Financial Statements*. Cengage Au.
- Pangestu, Laras, and Triyono. 2022. “PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI 2018- 2020) Oleh.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10(2):500–508.
- Purnomo, Hadi, Budi Safari, Euis Nurjannah, Bagus Yushila Tamami Rizqo, and Pradya Rafthudyanti. 2021. “Analisa Account Receivable Turnover Dan Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) Terhadap Kinerja Keuangan Yang Berdampak Pada Nilai Perusahaan Untuk Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2017.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 4(1):1–19.
- Puspitarini, Sari. 2022. “Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Plastik Dan Kemasan Di BEI Tahun 2018-2021).” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial* 11(2):214–34. doi: <http://10.22441/jies.v11i2.16203>.
- Putri, Merciana, and Aspyan Noor. 2022. “Pengaruh Earning per Share, Profitabilitas, Leverage, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).” *Kinerja* 19(2):286–94. doi: 10.30872/jkin.v19i2.11589.
- Rachmawati, Dwi, and Dahlia Br Pinem. 2021. “Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Multiparadigma Akutansi* 3(1):137–45. doi: 10.34209/v18i1.456.
- Rahayu, Isna Rifka Sri. 2022. “Kata Bank Dunia Soal Penyebab Gelombang PHK Di Industri Tekstil Dan Digital Indonesia.” *Kompas.Com*. Retrieved March 16, 2023 (<https://money.kompas.com/read/2022/12/16/070700726/kata-bank-dunia-soal-penyebab-gelombang-phk-di-industri-tekstil-dan-digital>).

- Rettobjaan, V. F. C., Aristayudha, A. A. N. B., Widnyani, N. M., & Richadinata, K. R. P. (2024a). *DASAR-DASAR RASIO KEUANGAN UNTUK MEMPREDIKSI KEBANGKRUTAN : Konsep dan Studi Kasus pada UMKM (Pertama)*.
- Sekaran, Uma. 2020. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach. 8th Edition/Roger Bougie; Uma Sekaran*. Asian Edit. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Siahaan, Ruth Tioria, and Muhammad Muslih. 2020. "Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2018)." *E-Proceeding of Management* 7(2):3151–59.
- Sulistiani, Juanita, Elwisam Elwisam, and Kumba Digdowiseiso. 2024. "The Influence of Company Size, Profitability, Liquidity, And Leverage On Firm Value In Pharmaceutical Sub-Sector Manufacturing Companies Listed On The Indonesian Stock Exchange For The Period 2012-2015." *Journal of Social Science* 5(3):956–70.
- Suryadi, Andrew Tandanu &. Lukman. 2020. "Tandanu Dan Suryadi: Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Terhadap Nilai...." *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan* 2(1):108–17.
- Wahyu, Wawan Devis, and Ahmad Yani. 2024. *Manajemen Keuangan*. edited by I. Vidyafi. PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers.
- Wibowo, William, and Ardiansyah. 2023. "Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan." *Jurnal Multiparadigma Akuntansi* V(4):1825–34.
- Zhafiira, Chizma Fanny, and Andayani. 2019. "Pengaruh Sales Growth, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 8(4).