

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),  
 url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----  
 Vol 3 No 2 hal 237-247

### **Pengaruh *Return On Asset* (Roa) Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambanganbatubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**

**Rezki Zurriah**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
[rezkizurriah@umsu.ac.id](mailto:rezkizurriah@umsu.ac.id)

#### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Return On Assets (ROA) and sales growth on firm value in coal mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This research is a type of associative research. The sampling technique was carried out using a purposive sampling technique. So that the sample obtained is 14 coal mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015 - 2019 with a total of 70 observational data for 5 years of observation. The data collection technique used is documentation with data sources using secondary data taken through the official website of the Indonesia Stock Exchange. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with SPSS 26 software tools. The results of this study indicate that Return on Assets (ROA) has an effect and is significant on firm value. Sales growth has no effect and is not significant to firm value. Then Return On Assets (ROA) and sales growth affect the firm value simultaneously.*

**Keyword** : Return On Assets (ROA), Sales Growth, Firm Value

#### **PENDAHULUAN**

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan itu dijual, semakin tinggi nilai suatu perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham (Husnan & Pudjiastuti, 2012). Peningkatan kemakmuran pemegang saham dapat dicapai melalui peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin sejahtera para pemegang saham. Nilai perusahaan juga tercermin dari harga saham, dimana jika harga saham menurun maka nilai perusahaan menurun. Sebaliknya, apabila semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan semakin tinggi, sehingga semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi seorang manajer ataupun investor. Bagi manajer nilai suatu perusahaan merupakan tolok ukur atas prestasi kerja yang telah dicapai. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan. Apabila seorang investor sudah memiliki suatu pandangan yang baik terhadap perusahaan, maka investor akan tertarik untuk berinvestasi sehingga hal ini akan membuat harga saham perusahaan mengalami peningkatan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Jika profitabilitas perusahaan baik, maka para investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi baik, karena semakin tinggi profitabilitas

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

berarti keuntungan yang diterima perusahaan juga besar. Keuntungan yang besar dimiliki perusahaan maka akan semakin banyak investor yang berinvestasi dengan membeli saham perusahaan tersebut yang akan berpengaruh terhadap harga saham dan nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan. Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan (Barus & Leliani, 2013). Perhitungan tingkat pertumbuhan penjualan adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya. Dalam penelitian ini penulis memilih objek pada perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan memilih objek perusahaan pertambangan batubara karena saat ini di Indonesia prospek dalam hal sumber daya alam berupa batubara, logam mulia, dan lainnya sangatlah melimpah, sehingga tentunya akan menarik bagi investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya nilai perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia meningkat.

### KAJIAN TEORI

#### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Investor yang menilai perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa depan akan cenderung membeli saham perusahaan tersebut. Akibatnya permintaan saham yang tinggi menyebabkan harga saham meningkat. Sehingga harga saham yang meningkat menunjukkan bahwa investor memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2013) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Berbagai kebijakan diambil oleh manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham tercermin pada harga saham. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Salvatore, 2005).

#### Profitabilitas

Sangat penting bagi investor dan kreditor untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset atau dengan modal (ekuitas). Menurut Chen (2004) profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode yang berjalan. Cara untuk menilai profitabilitas bermacam-macam dan sangat tergantung pada laba, aktiva atau modal yang akan dibandingkan dari laba yang berasal dari operasi perusahaan atau laba netto sesudah pajak dengan modal sendiri. Dengan banyaknya cara dalam menilai profitabilitas, maka terdapat perbedaan dari perusahaan satu dengan perusahaan lainnya dalam menentukan profitabilitas. Tidak ada keharusan untuk menyamakan metode menghitung profitabilitas karena yang tujuannya adalah mengukur tingkat efisiensi penggunaan modal pada masing-masing perusahaan (Mayogi & Fidiana, 2016).

# JURNAL AKMAMI

---

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

### **Pertumbuhan Penjualan**

Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan yang akan datang. Suatu perusahaan yang berada dalam industri yang mempunyai laju pertumbuhan yang tinggi harus menyediakan modal yang cukup untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan.

Menurut Brigham & Houston (2013) sebuah perusahaan yang penjualannya relatif stabil akan aman dalam meminjam lebih banyak hutang dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi daripada perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Peningkatan penjualan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar yang secara langsung menaikkan nilai perusahaan (Safrida, 2008).

### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Pertumbuhan penjualan diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy, Azlina & Suzana, 2013). Menurut Swastha & Handoko (2001) pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan volume dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai yaitu tingkat laba yang diharapkan.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Menurut Sugiyono (2016), Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Data yang diperoleh berdasarkan situs resmi Bursa Efek Indonesia di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Adapun jumlah perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah 22 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019, yang memenuhi kriteria sampel. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang berdasarkan pada kriteria tertentu. Berdasarkan kriteria penentuan sampel, maka di temukan 14 sampel yang memenuhi kriteria. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah metode dokumentasi yaitu, dengan mengumpulkan data sekunder berupa laporan keuangan (*annual report*) perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020.. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji determinasi.

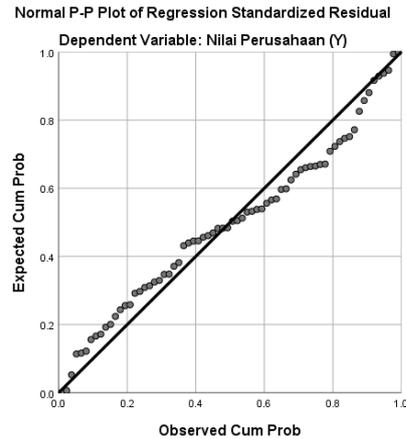
Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

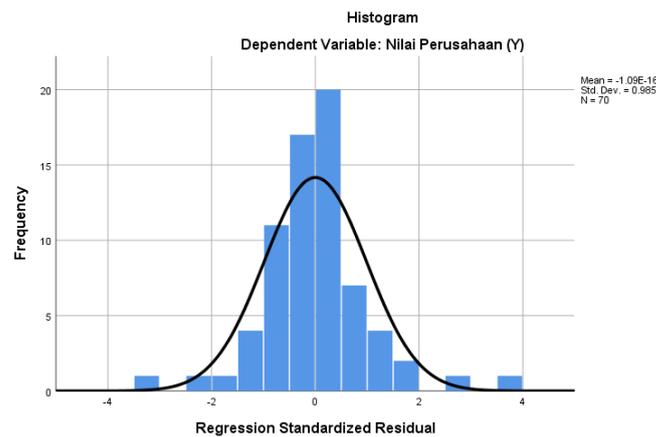
#### Uji Normalitas



Sumber : Data diolah penulis, 2021

**Gambar 4.1**  
**Grafik Normal Probability Plot**

Dari gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga data dalam model regresi penelitian dapat disimpulkan berdistribusi normal. Kemudian juga dapat dilihat dari grafik histogram yaitu pada gambar dibawah ini:



Sumber : Data diolah penulis, 2021

**Gambar 4.2**  
**Grafik Histogram**

Dari gambar 4.2 diatas maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian telah berdistribusi normal, karena dapat dilihat dari grafik tersebut menunjukkan pola distribusi normal (menyerupai lonceng).

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity	Statistics
		Tolerance	VIF
1	ROA (X1)	1.000	1.000
	Pertumbuhan Penjualan (X2)	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa laba ROA dengan nilai Tolerance 1,000 dan nilai VIF 1,000. Begitu juga dengan pertumbuhan penjualan nilai Tolerance 1,000 dan nilai VIF 1,000. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan variabel tidak terjadi multikolinearitas karena masing-masing variabel memiliki nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10,00.

### Uji Heteroskedastisitas

#### Hasil Uji Glejser

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.634	.094		6.728	.000
	ROA (X1)	-.002	.005	-.048	-.396	.694
	Pertumbuhan Penjualan (X2)	.000	.000	-.109	-.897	.373

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa nilai sig variabel ROA sebesar 0,694 dan nilai sig variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,373. Maka artinya kedua variabel independen tersebut sudah lebih besar dari 0,05, sehingga dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi ini telah memenuhi uji heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.298 <sup>a</sup>	.089	.061	.99214	1.862

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan (X2), ROA (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas maka dapat dilihat bahwa nilai D-W sebesar 1,862. Artinya nilai D-W diantara -2 sampai +2. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

### Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.172	.123		9.567	.000
	ROA (X1)	.017	.007	.295	2.531	.014
	Pertumbuhan Penjualan (X2)	-5.112E-5	.000	-.039	-.332	.741

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

$$Y = 1,172 + 0,017X1 - 5,112X2 + e$$

Dari persamaan ini dapat di intepretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif yaitu 1,172. Artinya jika ROA dan pertumbuhan penjualan nilainya adalah 0, maka nilai perusahaan adalah 1,172.
2. Koefisien regresi ROA sebesar 0,017. Artinya jika variabel independen lainnya tetap dan ROA mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,017.
3. Koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar -5,112. Artinya jika variabel independen lainnya tetap dan pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -5,112.
- 4.

### Uji Hipotesis

#### Hasil Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.172	.123		9.567	.000
	ROA (X1)	.017	.007	.295	2.531	.014
	Pertumbuhan Penjualan (X2)	-5.112E-5	.000	-.039	-.332	.741

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 hasil pengujian dapat dilihat sebagai berikut:

1. Variabel ROA memiliki tanda positif dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,531 Sedangkan  $t_{tabel}$  untuk taraf signifikansi 5% adalah 1,996, maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikan variabel ROA sebesar 0,014. Artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka ROA berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, yaitu ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

2. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki tanda negatif dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,332$ . Sedangkan  $t_{tabel}$  untuk taraf signifikansi 5% adalah  $1,996$ , maka nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Nilai signifikan variabel pertumbuhan penjualan sebesar  $0,741$ . Artinya nilai signifikansi lebih besar dari  $0,05$ . Karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih besar dari  $0,05$ , maka pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

### Uji F

#### Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.409	2	3.204	3.255	.045 <sup>b</sup>
	Residual	65.950	67	.984		
	Total	72.359	69			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan (X2), ROA (X1)

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 maka dapat dilihat dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan jumlah df ( $n_1$ ) = 2, dan df ( $n_2$ ) = 67 ( $n-k-1$ ) atau  $70-2-1$ . Sehingga diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar  $3,13$ . Dari hasil pengujian yang diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar  $3,255$ , maka artinya  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai sig  $< 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa laba ROA dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### Uji Koefisien Determinasi

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.298 <sup>a</sup>	.089	.061	.99214	1.862

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan (X2), ROA (X1)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber : Data diolah penulis, 2021

Berdasarkan hasil tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai dari R Square sebesar  $0,089$  atau  $8,9\%$ . Artinya kontribusi nilai variabel independen mampu menjelaskan terhadap variabel dependen sebesar  $8,9$ . Sedangkan sisanya  $91,1\%$  dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

### PEMBAHASAN

#### **Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis regresi, arah koefisien variabel ROA menunjukkan nilai positif yaitu 0.017. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel ROA mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,017. Karena ROA yang meningkat berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan, maka ROA memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut juga dapat dilihat dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,531 > 1,996$ . Kemudian nilai signifikansi variabel profitabilitas sebesar 0,014 lebih kecil dari dari 0.0. Maka dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa pada perusahaan pertambangan batubara nilai sebuah perusahaan dapat dipengaruhi dari tinggi atau rendahnya nilai ROA perusahaan. Tingginya tingkat ROA akan diikuti dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan. ROA yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu memperoleh laba yang tinggi dan dianggap sebagai sinyal positif bagi investor karena perusahaan memungkinkan memiliki prospek bagus di masa mendatang. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan ROA memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Para investor melakukan overview suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Jika investor ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan return atas investasi yang akan mereka tanamkan, yang akan dilihat pertama kali adalah rasio profitabilitas.

Hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan karena kekuatan laba mengacu pada tingkat laba perusahaan yang diharapkan terjadi pada masa depan. Kekuatan laba diakui sebagai faktor utama dalam penilaian perusahaan. ROA atau laba merupakan daya tarik bagi para investor sebelum menanamkan saham diperusahaan tersebut. Investor akan terlebih dahulu melihat tingkat ROA untuk menilai nilai perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dilakukan adalah dengan cara memaksimalkan profit (Sartono, 2011). Menurut Wulandari (2014) laba perusahaan merupakan elemen dalam menciptakan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa mendatang. Sesuai dengan konsep *signaling theory*, profitabilitas akan menjadi sinyal dari manajemen yang menggambarkan prospek perusahaan berdasarkan tingkat profitabilitas yang terbentuk, dan secara langsung akan mempengaruhi nilai perusahaan yang salah satunya dapat dicerminkan dari tingkat harga saham di pasaran. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhani (2017), Sharon, Murni & Trang (2015) dan Dewi, Yunita & Atmaja (2014) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa *return on asept* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat dinyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa nilai  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  yaitu  $-0.332 > -1,996$ . Kemudian nilai signifikansi variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0,741 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian disimpulkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut tidak sesuai dari apa yang menjadi hipotesis. Hal yang menjadi dasar hipotesis adalah dalam hubungan terhadap nilai perusahaan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan atau harga saham perusahaan sebab pertumbuhan

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

perusahaan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak respon positif dari investor

Namun berdasarkan hasil pengujian bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi belum tentu menghasilkan laba yang tinggi, sehingga tidak mempengaruhi nilai perusahaan, investor tidak hanya melihat dari satu sisi pertumbuhan penjualan saja, akan tetapi investor akan melihat keuntungan atau laba yang diperoleh suatu perusahaan (Wulandari, 2013). Menurut Fransiska (2016) pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena kenaikan pertumbuhan penjualan belum tentu diikuti dengan kenaikan laba bersih perusahaan. Salah satu penyebabnya meningkatnya biaya operasional serta pajak yang harus dibayarkan tinggi. Jadi meskipun pertumbuhan penjualan meningkat belum tentu laba bersihnya juga meningkat. Sehingga disaat pertumbuhan penjualannya meningkat tidak selalu disertai dengan kenaikan harga saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fransiska (2016), Detiana (2011) dan Lu & Tsai (2010) yang mengemukakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

### Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Return On Asset* (ROA) dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari uji F yang menunjukkan nilai signifikansi 0,045 lebih kecil dari 0,05 dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $3,255 > 3,13$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *Return On Asset* (ROA) dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Return On Asset* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena *Return On Asset* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dan pertumbuhan penjualan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan masa yang akan datang, sehingga kedua hal tersebut akan memberikan sinyal positif kepada investor karena perusahaan memiliki prospek yang bagus dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Arindita & Sampurno, 2015). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai *R Square* dalam regresi ini adalah 0,089 atau 8,9%. Artinya kontribusi ROA dan nilai perusahaan terhadap nilai perusahaan sebesar 8,9%. Sedangkan sisanya 91,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Return On Asset* (ROA) dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi berganda, maka dapat diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut : *Return On Asset* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019. Hasil pengujian secara simultan memperlihatkan bahwa semua variabel independen yaitu *Return*

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

*On Asset* (ROA) dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arindita., & Sampurno (2015). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden, Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada perusahaan Wholesale dan Retail yang terdaftar di BEI pada 2008-2012). *Jurnal Manajemen*, (4), 2
- Barus, A. C., & Leliani. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, (3)
- Brigham & Ehrhardt. (2002). *Financial Management, Theory and Practice*. Thomson Learning.
- Brigham & Houston. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Chen, C. K. (2004) Research On Impacts Of Team Leadership On Team Effectiveness. *The Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 266-278.
- Dahrani., & Maslinda, N. (2014). Analisis Pengaruh Modal Kerja Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Perusahaan Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomikawan*
- Detiana, T. (2011). Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13(1).
- Dewi., Yunita., & Atmaja. (2014). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq 45 Di Bei Periode 2008-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha*, 2(1)
- Dhani, I. P. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135-148.
- Febriyanto. (2008). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Rasio Profitabilitas, Net Profit Margin, Kinerja Masa Kini Dan Leverage Terhadap Perataan Laba (Pada Industri Food And Beverage Yang Listing Di Bursa Efek Jakarta Periode 2004-2006). *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi UNS*
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo & Basri. (2014). *Manajemen Keuangan*. BPF.
- Harahap. (2007). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Hermuningsih, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Journal Lecturer at Economic Department, University of Sarjanawiyata Taman siswa Yogyakarta*.
- Husnan & Pudjiastuti. (2012). *Manajemen Keuangan*. UPP STIM YKPN.
- Horne, V., & Wachowicz. (2007). *Fundamentals of Financial Management, Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Jogi & Tarigan. (2007). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1).
- Juliandi, A., Irfan., & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Umsu Press.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana Prenada Media Group.
- Kennedy., Azlina., & Suzana, A. R. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Real Estate and Property yang Go Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*
- Kusumajaya, D. K. (2011). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan perusahaan terhadap

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 3 No 2 hal 237-247

- profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Universitas Udayana*.
- Mayogi & Fidiana. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Kebijakan Utang terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(1).
- Muvidha & Suryono. (2017). Pengaruh Sturuktur Kepemilikan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(5), 1814–1835.
- Oktaviani, A. D., & Masodah. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Universitas Gunadarma*.
- Prastowo, D. (2011). *Analisa Laporan Keuangan dan Aplikasi*. UPP STIM YKPN.
- Safrida, E. (2008). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Universitas Sumatera Utara*.
- Salempang, L. E., Sondakh, J., & Pusung, R. (2016). Pengaruh Return On Asset, Debt to Equity Ratio dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate dan Properti yang Terdaftar di BEI Tahun 2013 – 2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisien*, 16(3), 813-824
- Salvatore, D. (2005). *Ekonomi Manajerial*. Salemba Empat.
- Sari, D. V. (2013) Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Asset, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Sartono, A. (2011). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Sharon., Murni., & Trang. (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*, 3(1)
- Sudana. (2009). *Manajemen Keuangan :Teori dan Praktek*. Airlangga University.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Sujoko & Soebiantoro. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Interen dan Faktor Eksteren terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1).
- Swardika, I. N. A., & Mustanda I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen*, 6(3).
- Swastha, B., & Handoko, H. (2001). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ulupui. (2007). Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Aktivitas, dan Profitabilitas terhadap Return Saham (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman dengan Kategori Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*
- Wulandari, D. R. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Operating Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal sebagai Intervening. *Accounting Analysis Journal*, 2 (4).