

**JURNAL MANEKSI VOL 10, NO 1, BULAN JUNI TAHUN 2021**  
**PENGARUH *FIRM SIZE*, *SALES GROWTH*, DAN *RETURN ON EQUITY* TERHADAP  
*FIRM VALUE* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR**

**Aida Febriyanti<sup>1)</sup>, Erna Sulistyowati<sup>2)</sup>**

<sup>1,2)</sup>Program Studi Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur  
<sup>1,2)</sup>[Aidafebriyanti16@gmail.com](mailto:Aidafebriyanti16@gmail.com), [ernas.ak@upnjatim.ac.id](mailto:ernas.ak@upnjatim.ac.id)

**ABSTRACT**

The company was founded with the aim of generating as much profit as possible. This can be realized if the company continues to innovate so that its business will experience growth and increase its competitiveness. If the company earns maximum profit, the firm value will increase. For business owners, company value is very important because it can affect investors' perceptions of the company's level of success as measured by its share price. This research was conducted with the aim of knowing the effect of Firm Size, Sales Growth, and Return On Equity (ROE) on Firm Value in manufacturing companies listed on the IDX in 2017-2019. Manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange are the population in this study, while the sample used in this study is 43 manufacturing companies. The analytical method used in this research is multiple linear regression. Based on the results of the study partially Firm Size and Sales Growth did not have a significant effect on Firm Value. Return On Equity (ROE) has a significant effect on Firm Value.

**ABSTRAK**

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Hal ini bisa terwujud jika perusahaan terus melakukan inovasi agar bisnisnya mengalami pertumbuhan dan meningkatkan daya saingnya. Apabila perusahaan memperoleh laba yang maksimal maka *firm value* akan mengalami peningkatan. Bagi pemilik bisnis, nilai perusahaan sangat penting karena dapat memengaruhi persepsi investor tentang tingkat kesuksesan perusahaan yang diukur melalui harga sahamnya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Firm Size*, *Sales Growth*, dan *Return On Equity (ROE)* terhadap *Firm Value* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2017-2019. Perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia merupakan populasi pada penelitian ini, sedangkan sampel yang dipakai pada penelitian ini yaitu sebanyak 43 perusahaan manufaktur. Metode analisa yang dipakai pada penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial *Firm Size* dan *Sales Growth* tidak memberi pengaruh yang signifikan pada *Firm Value*. *Return On Equity (ROE)* memberi pengaruh yang signifikan pada *Firm Value*.

**Kata Kunci:** *firm size; sales growth; return on equity; firm value*

**1. PENDAHULUAN**

Pada saat ini, dunia bisnis terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sehingga membuat perusahaan terus berusaha untuk membuat inovasi – inovasi baru guna mengembangkan bisnisnya dan meningkatkan daya saingnya. Hal ini dilakukan agar tujuan perusahaan untuk memaksimalkan laba bisa terwujud. Apabila perusahaan memperoleh laba yang maksimal maka *Firm Value* akan mengalami peningkatan. Peningkatan *Firm Value* biasanya dapat diraih ketika manajemen suatu perusahaan mampu melakukan kerjasama yang baik dengan *shareholder* dan *stakeholder* (Sari, 2016). Harga yang harus dibayar oleh pemegang saham atau investor saat perusahaan

dijual disebut sebagai *Firm Value* (Widiastari & Yasa, 2018).

*Firm value* penting bagi pemilik bisnis karena tingkat keberhasilan perusahaan akan mempengaruhi persepsi para pihak yang berinvestasi pada lembaga usaha yang dilakukan pengukuran dengan harga sahamnya. Harga saham merupakan proksi dari *firm value* karena harga saham adalah jumlah yang akan dibayar investor untuk memperoleh bukti kepemilikan suatu perusahaan. Tingkat harga pasar saham pada nilai buku akan membantu para pihak yang berinvestasi dalam melakukan pengambilan keputusan berinvestasi pada suatu perusahaan. Investor menganggap perusahaan baik jika perusahaan menghasilkan pendapatan

serta arus kas yang sangat baik dan selalu mengalami perkembangan (Hardian & Asyik, 2016).

*Firm Size* merupakan salah satu aspek yang bisa mempengaruhi *Firm Value*. Istilah *firm size* mengacu pada skala yang bisa dikelompokkan dalam beberapa cara yaitu: Jumlah asset, *log size*, nilai pasar saham, serta sebagainya (Riadi, 2020). *Firm Size* mencerminkan asset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai *Firm Size* yang besar menunjukkan bahwa bisnis tersebut berkembang dan tumbuh dengan baik. Seorang investor ketika akan membeli saham suatu perusahaan juga mempertimbangkan *Firm Size*. Biasanya *firm size* dijadikan patokan oleh manajemen perusahaan untuk menentukan kinerja perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi *Firm Value* adalah *Sales Growth*. *Sales Growth* merupakan tingkat kesuksesan investasi pada periode sebelumnya yang bisa dipakai untuk memprediksi pertumbuhan pada periode berikutnya (Adnyani & Suaryana, 2020). Selain itu, *Sales Growth* juga dapat digunakan untuk menunjukkan daya saing suatu perusahaan. Calon investor menggunakan *Sales Growth* sebagai indikator untuk berinvestasi pada suatu perusahaan (Trang et al., 2015).

Penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kompetensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, semakin banyak jumlah penjualan, maka semakin banyak juga pendapatan yang didapat. Sebaliknya, semakin rendah penjualannya, semakin kecil pula keuntungan yang dihasilkan. Dengan memahami tingkat sales growth maka perusahaan dapat memprediksi jumlah keuntungan yang akan diperoleh dalam periode tertentu. Selain dapat memperkirakan laba yang akan diperoleh, perusahaan juga dapat memaksimalkan sumber dayanya untuk meningkatkan nilai *Firm Value*.

Selain *firm size* dan *sales growth*, *return on equity* (ROE) juga dapat mempengaruhi *firm value*. *Return On Equity* (ROE) ialah rasio yang mengukur kompetensi perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dan mendistribusikan kepada para investor (Apsari, 2015). Salah satu alat yang dipakai untuk melakukan penilaian kinerja suatu perusahaan ialah *Return On Equity* (ROE). Keuntungan yang didapatkan oleh suatu perusahaan akan memberikan penentuan terhadap baik tidaknya kinerja perusahaan tersebut. Semakin tinggi kinerja

perusahaan, semakin baik hasil investasinya. Investor akan memilih perusahaan yang mempunyai kinerja yang baik dan memutuskan untuk melaksanakan investasi dalam perusahaan tersebut. Laporan keuangan yang dibuat oleh suatu perusahaan dapat dijadikan acuan untuk melihat kinerja perusahaan. Perusahaan dengan pendapatan besar serta mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun dianggap mampu mengelola kekayaannya secara efektif dan efisien.

Perusahaan dengan angka *Return On Equity* (ROE) yang besar akan menarik minat investor. Semakin besar jumlah investor yang tertarik untuk berinvestasi, semakin tinggi harga saham perusahaan, dan oleh karena itu *firm value* mengalami peningkatan.

Objek dari penelitian ini adalah *Firm size*, *sales growth*, *return on equity* (ROE), dan *firm value*. *Firm value* penting untuk diteliti karena *firm value* merupakan unsur yang penting dan wajib diketahui oleh para investor sebelum melakukan investasi pada suatu perusahaan. Selain itu, *firm value* inilah yang memotivasi investor untuk mengambil keputusan investasi dengan harapan memperoleh keuntungan dari operasional perusahaan.

Perusahaan manufaktur dipilih sebagai subjek penelitian oleh peneliti karena mewakili pertumbuhan dan perkembangan ekonomi Indonesia. Selain itu, dibandingkan dengan jenis bisnis lain, perusahaan manufaktur memiliki perusahaan paling banyak, dan perusahaan manufaktur adalah sektor bisnis dengan tingkat kompleksitas perusahaan yang tinggi.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan di atas, sehingga rumusan permasalahan yang akan dilakukan kajian pada kajian ini yaitu: Apakah *firm size*, *sales growth*, dan *return on equity* berpengaruh terhadap *firm value*?. Dengan adanya unsur – unsur yang mempengaruhi *firm value* yang diteliti, maka kajian ini diharap bisa dipakai sebagai bahan pertimbangan oleh para pihak yang berinvestasi saat pengambilan keputusan berinvestasi serta dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan mereka.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Teori

#### a. Signaling Theory

Menurut (Zhafiira & Andayani, 2019) *Signalling theory* merupakan teori yang menjelaskan bahwa perusahaan seharusnya mengirim sinyal ke pasar agar pasar bisa membedakan antara perusahaan yang sangat baik serta yang buruk.

*Signalling theory* menjelaskan bahwa suatu perusahaan harus memberikan sinyal yang positif kepada pemegang saham. Sinyal positif yang diberikan perusahaan diharapkan juga mendapat respon positif dari pasar. Hal ini dapat menguntungkan perusahaan, karena ketika perusahaan memperoleh sinyal yang positif dari pasar maka perusahaan akan memperoleh nilai *Firm Value* yang tinggi.

#### b. Firm Value

Menurut (Sari, 2016), Harga saham suatu perusahaan yang ada di pasar modal yang harus dibayar investor untuk memiliki suatu perusahaan disebut *Firm Value*. Apabila suatu perusahaan mempunyai nilai yang tinggi pada harga sahamnya maka akan menjadikan semakin tinggi juga rasio pengambilan bagi pihak yang berinvestasi serta semakin besar *Firm Value* usaha tersebut. *Firm Value* adalah keuntungan yang didapatkan dari sebuah bisnis kemudian diekspresikan dalam bentuk nilai yang dapat di hitung dan ditentukan melalui metode yang berbeda (Dang et al., 2019).

#### c. Firm Size

*Firm Size* adalah besar kecilnya jumlah aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Firm Size bisa memberikan pengaruh terhadap firm value sebab semakin besar firm size maka akan semakin gampang mendapatkan sumber keuangan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan (Emanuel & Rasyid, 2019).

#### d. Sales Growth

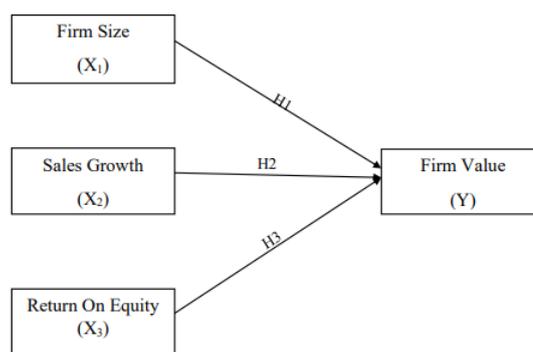
*Sales Growth* adalah perubahan tingkat penjualan dari setiap periode yang dibuktikan dengan laporan laba rugi suatu perusahaan (Maryanti, 2016). Berdasarkan pendapat (Trang et al., 2015) *Sales Growth* menggambarkan keberhasilan operasional pada periode sebelumnya dan dapat digunakan sebagai perkiraan pertumbuhan pada periode yang akan datang.

#### e. Return On Equity (ROE)

Menurut (Fahmi, 2016) *Return On Equity* dikenal pula sebagai laba atas equity atau perputaran total asset. Rasio ini menggambarkan seberapa baik perusahaan dalam melakukan pengelolaan sumber daya agar menciptakan laba atas ekuitas.

## 2.2 Kerangka Pikir

Gambar 1. Kerangka Pikir



Sumber : Peneliti

Sumber : Peneliti, 2021

## 2.3 Hipotesis

H1 : *Firm size* berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.

H2 : *Sales growth* berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.

H3 : *Return On Equity* berpengaruh signifikan terhadap *firm value*.

## 3. METODOLOGI

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan pola pikir positifisme dalam menganalisa populasi tertentu, pengambilan sampel secara acak dan pengolahan data kuantitatif/ statistic dijalankan dengan maksud untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang sudah disusun (Sugiyono, 2017).

### 3.2 Populasi dan Sampel

Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 hingga 2019 menjadi populasi pada penelitian ini. Purposive sampling digunakan pada penelitian ini yakni metode dalam menentukan sampel yang menggunakan faktor ataupun karakteristik tertentu, yaitu seperti berikut ini:

1. Perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 hingga 2019.

2. Perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia sebelum periode 2017.
3. Perusahaan yang menerbitkan pelaporan keuangan serta laporan tahunan mulai dari tahun 2017 hingga 2019 dan dinyatakan dalam satuan mata uang rupiah.
4. Perusahaan yang mengalami perkembangan penjualan pada tahun 2017 hingga 2019.
5. Perusahaan yang tidak mengalami rugi selama tahun 2017 hingga 2019.
6. Perusahaan yang tercatat pada papan utama BEI periode 2017 hingga 2019.

Menurut penentuan sampel yang sudah dilaksanakan, maka diperoleh 43 perusahaan manufaktur yang digunakan sebagai sampel pada penelitian ini.

### 3.3 Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Bebas

Terdapat tiga variabel bebas yang dipakai pada penelitian ini. Variabel tersebut adalah:

- a. *Firm size* ialah ukuran aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Berdasarkan apa yang diungkapkan oleh (Murhadi, 2013) *Firm Size* diukur dengan memakai logaritma natural total aset dengan maksud supaya bisa meminimalisir fluktuasi data yang banyak. *Firm Size* dalam penelitian ini sebagai variabel independen pertama ( $X_1$ ). Rumus *Firm Size* yaitu :

$$\text{Size} = \text{Ln Total Asset} \dots (1)$$

- b. *Sales growth* adalah perubahan tingkat penjualan dari setiap periode yang bisa ditinjau dari laporan laba rugi suatu perusahaan (Maryanti, 2016). Dalam penelitian ini *sales growth* merupakan variabel independen kedua ( $X_2$ ). Rumus *Sales Growth* yaitu :

$$\text{Sales Growth} = \frac{S(t) - S(t-1)}{S(t-1)} \dots (2)$$

- c. *Return On Equity* (ROE) ialah rasio yang menjelaskan kompetensi perusahaan dalam memperoleh laba bersih. *Return On Equity* (ROE) pada kajian ini sebagai variabel bebas ketiga ( $X_3$ ). Rumus ROE yaitu :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \dots (3)$$

#### 2. Variabel Terikat

*Firm Value* adalah opini investor kepada tingkat kesuksesan perusahaan yang biasanya diprosikan dengan harga sahamnya (Sinaga et al., 2019). *Firm Value* pada penelitian ini

sebagai variabel terikat (Y). Rumus *Firm Value* yaitu :

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \dots (4)$$

### 3.4 Teknik Analisis

Analisa regresi berganda digunakan pada penelitian sebagai metode analisa. Model penelitian yang akan dipakai yaitu:

$$Y = a + \beta_1 \text{Size} + \beta_2 \text{Growth} + \beta_3 \text{ROE} + e \dots (5)$$

Keterangan:

- Y : Firm Value
- a : Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ : Koefisien Regresi Variabel Independen
- Size : Firm Size
- Growth: Sales Growth
- ROE : Return On Equity
- e : Koefisien error

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Analisis Data

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dijalankan dengan memakai pengujian Kolmogorov-Smirnov (K-S). Apabila probabilitas (asym. Sig) yang diperoleh memiliki nilai lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima yang bermakna jika residual data terdistribusi normal. Kebalikannya, apabila probabilitas (asym. Sig) yang diperoleh memiliki nilai kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak (Ghozali, 2016).

**Tabel 1. Uji Normalitas**

N	Kolmogorov-Smirnov	Asym Sig (2-tailed)	Kesimpulan
129	0,074	0,077	Normal

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Menurut tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov senilai 0,074 dengan nilai signifikansi senilai 0,077. Hal ini menunjukkan Asymp. Sig. lebih dari 0,05, sehingga model regresi linier sudah terdistribusi normal.

#### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan meninjau nilai Durbin-Watson pada tabel *Model Summary*. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan derajat kepercayaan lima persen, sampel (n) sebanyak 129, dan tiga variabel bebas.

**Tabel 2. Uji Autokorelasi**

Mod.	R	R <sup>2</sup>	Adj. R <sup>2</sup>	Std. Error of the Est.	Durbin-Watson
1	.289a	.083	.059	1.27708	1.926

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Dengan kriteria yang telah ditetapkan maka diperoleh nilai dL dan dU sesuai tabel Durbin-Watson sebesar 1,6653 dan 1,7603. Merujuk pada hasil uji autokorelasi diatas diketahui nilai Durbin-Watson senilai 1,926. Karakteristik tidak terjadi autokorelasi adalah ketika nilai  $dU < DW < (4 - dU)$ . Sehingga bisa diambil kesimpulan jika model regresi pada penelitian ini tidak mengalami autokorelasi yang diperlihatkan dengan nilai  $dU < DW < (4 - dU)$  yakni  $1,7603 < 1,926 < 2,2397$ .

### 3. Uji Multikolineritas

Pengujian multikolineritas dipakai untuk melihat apakah variabel bebas pada model regresi memiliki keterkaitan (Ghozali, 2016). Dalam model regresi yang baik semestinya tidak mengalami korelasi diantara variabel independennya. Multikolineritas pada sebuah model regresi terjadi apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 ataupun nilai VIF lebih kecil dari 10.

**Tabel 3. Uji Multikolineritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
FS	.998	1.002
1 SG	.998	1.002
ROE	.999	1.001

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, bisa diambil kesimpulan jika model regresi pada penelitian tidak mengalami masalah serta terbebas dari gejala multikolineritas. Hal ini diketahui dengan adanya nilai tolerance yang lebih tinggi dari 0,10 serta nilai VIF lebih kecil dari 10.

### 4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menentukan keberadaan ketidaksamaan varian atau pada jadwal dari suatu pengamatan ke pengamatan berikutnya dalam model regresi (Ghozali, 2016).

**Tabel 4. Uji Heterokedastisitas**

Model	t	Sig.
1 (Const.)	3.033	.003
FS	-1.519	.131
SG	-.928	.355
ROE	-1.244	.216

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1, nilai signifikansi (Sig) dari masing – masing variabel yang dipakai pada penelitian ini  $> 0,05$  maka bisa diambil kesimpulan jika data penellitian yang digunakan sudah terbebas dari gejala heterokedastisitas.

### 5. Hasil Regresi Linier Berganda

Hubungan diantara variabel independen yaitu *firm size*, *sales growth*, dan ROE terhadap variabel dependen yaitu *firm value* diteliti dengan memakai analisa regresi linear berganda. Menurut hasil pengujian regresi linear berganda berikut adalah persamaan yang digunakan:

$$FV = 74,094 - 11,162 \text{ SIZE} - 14,026 \text{ G} + 42,527 \text{ ROE}$$

### 6. Hasil Uji Kecocokan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat kecocokan alat analisis regresi linear berganda yang dipakai. Berikut ini hasil dari analisis Uji F.

**Tabel 6. Hasil Uji Kecocokan Model (Uji F)**

Keterangan	F	Sig.
Regresi	9.701	0.000

Sumber: Data Diolah, 2021

Dasar pengambilan keputusan dalam uji kecocokan model (uji F):

- Model penelitian dapat digunakan apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau probabilitas  $<$  nilai signifikan ( $Sig < 0,05$ ).
- Model penelitian dapat tidak digunakan apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau probabilitas  $>$  nilai signifikan ( $Sig > 0,05$ ).

Dengan  $n = 129$  dan  $k = 3$  maka diperoleh F tabel sebesar 2,67. Pada tabel 6 diketahui nilai  $F = 9,701$  berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $9,701 > 2,67$ . Kemudian sesuai dengan tabel diatas bisa dilihat jika  $Sig = 0,000$  berarti  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian bisa diambil kesimpulan model regresi linier berganda cocok, guna mengetahui pengaruh dari *firm size*, *sales growth*, dan ROE terhadap *firm value*.

**7. Hasil Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)**

Pengujian ini digunakan untuk melihat rasio pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji koefisien determinan ditinjau dari nilai adjust R<sup>2</sup> yang diperoleh pada model regresi yang dibangun. Berdasarkan uji koefisien determinan (R<sup>2</sup>) yang telah dilakukan diketahui koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) ialah 6%. Hal ini memperlihatkan jika 6% *firm value* dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang digunakan yaitu *firm size*, *sales growth*, dan ROE. Sedangkan sisanya yaitu 94% dijelaskan oleh beberapa variabel lain yang tidak dipakai pada penelitian ini.

**8. Hasil Uji t**

Pengujian hipotesis menggunakan Uji t atau Uji Signifikansi Parameter Individual, adalah uji statistic yang menentukan seberapa penting pengaruh variabel bebas pada variabel terikatnya (Ghozali, 2016: 171). Pada penelitian ini pengujiannya dilakukan dengan rasio signifikansinya senilai ( $\alpha=5\%$ ). Faktor – faktor berikut dipakai untuk melakukan penentuan apakah hipotesa diterima ataupun ditolak:

1. Apabila nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0,05 maka dinyatakan jika hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan jika koefisien regresi tidak signifikan, yang berarti jika variabel independen memiliki pengaruh yang kecil pada variabel dependen.
2. Apabila signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis diterima. Hal tersebut memperlihatkan jika koefisien regresi signifikan, artinya variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna pada variabel terikat sampai batas tertentu.

**Tabel 7.**

**Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)**

Variabel	Koef.	Sig.	Kesimpulan
FS	-1,716	0,089	Tidak berpengaruh signifikan
SG	-1,162	0,247	Tidak berpengaruh signifikan
ROE	5,050	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data Diolah, 2021

**4.2 Pembahasan**

Perusahaan besar biasanya lebih bebas memasuki pasar modal dan memperoleh pembiayaan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memperluas asetnya.

Besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan akan memberikan dampak pada nilai bukannya. Hasil penelitian memperlihatkan jika *firm size* tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada *firm value* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. Hal ini memperlihatkan jika peningkatan nilai *firm size* tidak berdampak besar terhadap peningkatan *firm value*. Hasil dari penelitian ini akan menjadi suatu fenomena apabila dikaitkan dengan teori yang ada, yaitu *firm size* akan berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dijalankan oleh (Maurien & Ardana, 2019).

*Sales growth* ialah sebuah bukti jika perusahaan mengalami perkembangan. Perusahaan tersebut bisa menggunakan secara maksimal sumber daya yang tersedia agar bisa meningkatkan nilai *firm value* dengan melihat penjualan sebelumnya. Banyak pemangku kepentingan, termasuk kreditor dan pemilik perusahaan, memanfaatkan *sales growth* untuk menilai potensi perusahaan, selain investor. Hasil penelitian ini memperlihatkan jika *sales growth* tidak memberi pengaruh yang signifikan pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. Artinya peningkatan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai usaha sebab pertumbuhan penjualan diukur dengan menggunakan pendapatan yang diterima yang belum dikurangi dengan berbagai biaya lainnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Anna et al., 2016).

*Return On Equity* (ROE) ialah ukuran yang pada umumnya dipakai untuk melakukan penilaian terhadap kompetensi perusahaan dalam memperoleh pendapatan dengan menggunakan modal sahamnya sendiri. Hasil penelitian ini memperlihatkan jika ROE memberi pengaruh yang signifikan pada *firm value* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI. Rasio pengembalian modal yang ditanamkan oleh pemegang saham ditunjukkan oleh ROE. Jika nilai ROE bagus maka harga saham juga akan mengalami kenaikan sehingga dapat meningkatkan nilai *firm value*. Hal ini juga akan membuat perusahaan menarik banyak investor. Ketika daya tarik perusahaan tumbuh, semakin banyak investor yang tertarik berinvestasi, dan harga saham naik. Ketika terdapat kenaikan pada harga saham maka hal tersebut akan membuat nilai perusahaan semakin naik. Hasil penelitian ini sesuai dengan

penelitian yang dijalankan oleh (Kusumaningrum, 2016).

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan sesuai dengan penelitian yang dilakukan tentang pengaruh *firm size*, *sales growth*, dan ROE terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI ialah seperti berikut:

1. *Firm size* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*, yang berarti peningkatan nilai *firm size* tidak berpengaruh terhadap peningkatan *firm value*. Hasil ini mengindikasikan bahwa seorang investor ketika akan mengambil keputusan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan tidak melihat nilai *firm size* perusahaan tersebut.
2. *Sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hasil ini mengindikasikan bahwa meningkatnya *sales growth* tidak mampu meningkatkan *firm value* karena *sales growth* dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya – biaya lainnya.
3. *Return on equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik dapat meningkatkan *firm value*. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menghasilkan keuntungan yang besar dan mengalami pertumbuhan setiap tahunnya akan menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang berinvestasi maka akan meningkatkan harga saham perusahaan.

### 5.2. Saran

Saran yang bisa peneliti berikan terkait penelitian ini adalah agar manajemen perusahaan terus memperhatikan dan meningkatkan nilai *Return On Equity* (ROE) yang merupakan unsur yang dapat mempengaruhi *firm value*. Untuk penelitian berikutnya bisa menambahkan variabel bebas yang lainnya yang bisa memberikan pengaruh terhadap nilai *firm value* serta memakai perusahaan lainnya sebagai sampel penelitian dan tidak hanya perusahaan manufaktur yang telah tercatat di BEI. Di sisi lain juga bisa menambahkan rentang periode yang digunakan dalam penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, I. G. nyoman sintya, & Suaryana, I. G. ngurah A., 2020, *Open Access The Effect of Company Sizes , Sales Growth , And Profitability On Firm Values*, American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR), 4(6), 265–271.
- Anna, R., Fatahurrazak, & Prima, A., 2016, *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba, Kepemilikan Asing dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016*, 3(2), 98–107.
- Dang, H. N., Vu, V. T. T., Ngo, X. T., & Hoang, H. T. V., 2019, *Study the Impact of Growth, Firm Size, Capital Structure, and Profitability on Enterprise Value: Evidence of Enterprises in Vietnam*. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 30(1), 144–160. <https://doi.org/10.1002/jcaf.22371>
- Emanuel, R., & Rasyid, R., 2019, *Pengaruh Firm Size , Profitability , Sales Growth , Dan Leverage Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Pada Tahun 2015-2017*, *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(2), 468–476. <http://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/5016>
- Fahmi, I, 2016, *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta, Bandung.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.), Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hardian, A. P., & Asyik, N. F., 2016, *Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, Csr Sebagai Variabel Moderasi*, *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(9), 1–16.
- Kusumaningrum, A. L., 2016, *Pengaruh Return On Equity (ROE) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)* (*The Effect of Return On Equity (ROE) to Corporate Value with Man*, *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, 2002(1), 35–40. <http://waset.org/publications/14223/soil-resistivity-data-computations-single-and->

- [two-layer-soil-resistivity-structure-and-its-implication-on-earthing-design%0Ahttp://www.jo-mo.com/fadoohelp/data/DotNet/Ethical%20securty.pdf%0Ahttp://link.springer.com/10.10](http://www.jo-mo.com/fadoohelp/data/DotNet/Ethical%20securty.pdf)
- Maryanti, E., 2016, *Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*, Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia, 1(2), 143–151. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v1i2.2730>
- Maurien, & Ardana, I. C., 2019, *Pengaruh Profitabilitas, Firm Size, Firm Growth, Likuiditas, Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Multiparadigma Akuntansi, 1(4), 1013–1021.
- Murhadi, W. R., 2013, *Analisis Laporan Keuangan Proyeksi dan Valuasi Saham*, Salemba Empat, Jakarta.
- Riadi, M., 2020, *Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria dan Indikator)*, Kajian Pustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2020/04/ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator.html>
- Sari, M. R. P. A., 2016, *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage, Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi*, Journal of Chemical Information and Modeling, 5(9), 1689–1699.
- Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., & Guci, S. T., 2019, *Pengaruh Sales Growth, Firm Size, Debt Policy, Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*, Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2(2), 345–355. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.664>
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Trang, I., Murni, S., & Pantow, M. S., 2015, *Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks Lq 45*, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(1), 961–971. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.7801>
- Widiastari, P. A., & Yasa, G. W., 2018, *Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan*, E-Jurnal Akuntansi, 23, 957. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p06>
- Zhafiira, C. F., & Andayani., 2019, *Pengaruh Sales Growth, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi, dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 8(4), 1–18.

