

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu
bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020)**

**THE INFLUENCE OF PROFITABILITY AND SALES
GROWTH ON COMPANY VALUE WITH COMPANY SIZE AS
MODERATE VARIABLES
(Study on Coal Sub-Sector Mining Companies Listed on the
Indonesia Stock Exchange in 2018-2020)**

Alwin Meisyaroh Iswanti¹, Heti Nur Ani, SE., M.Si² Rita Nataliawati³

ITB AD Lamongan, [1alwinwiwin05121@gmail.com](mailto:alwinwiwin05121@gmail.com), [2heti1437@gmail.com](mailto:heti1437@gmail.com),
[3nataliarita588@gmail.com](mailto:nataliarita588@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas (ROE) dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit pada Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian dengan menggunakan metode *puspositive sampling*. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan pertambangan sub sektor batu bara periode 2018-2020, yang berjumlah 24 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 14 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik regresi linier berganda dan MRA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROE) dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara parsial, Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara tahun 2018-2020. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara tahun 2018-2020, dan Ukuran Perusahaan memperlemah pengaruh Profitabilitas (ROE) dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara tahun 2018-2020.

Kata Kunci : *Nilai Perusahaan, Profitabilitas (ROE), Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Profitability (ROE) and Sales Growth on Firm Value moderated by Company Size in coal sub-sector mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange. This research is a quantitative research with a descriptive approach. The data used is obtained from the company's financial statements that have been audited on the Indonesia Stock Exchange during the study period. The population of this research is coal sub-sector mining companies for the 2018-2020 period, which totals 24 companies. The sample in this study amounted to 14 companies. The analysis technique used is multiple linear regression and MRA. The results of this study indicate that profitability (ROE) and sales growth have a significant effect on firm value. Partially, profitability (ROE) has a positive and significant effect on firm value in coal sub-sector mining companies in 2018-2020. Sales Growth has a negative and significant effect on Company Value in coal sub-sector mining companies in 2018-2020, and Company Size weakens the influence of Profitability (ROE) and Sales Growth on Company Value in coal sub-sector mining companies in 2018-2020.

Keywords : Firm Value, Profitability (ROE), Sales Growth, and Firm Size.

PENDAHULUAN (Times New Roman 12, spasi 1, Bold)

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. (Kalsum, 2017) dalam Firda dan Efriadi (2020:37). Oleh sebab itu, sebuah perusahaan memiliki tanggungjawab dalam menyusun perencanaan mengenai bagaimana cara memaksimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan dapat tetap dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham. Salah satu cara untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah melalui profitabilitas perusahaan. Laporan laba/rugi perusahaan yang bagus akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan tersebut karena kemakmuran pemegang saham terletak pada harga saham perusahaan.

Firda dan Efriadi (2020:37) menyatakan bahwa Profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan ROE (Return On Equity) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROE menunjukkan efisiensi perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih.

Pertumbuhan penjualan atau *sales growth* merupakan keadaan di mana suatu perusahaan mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Tingginya pertumbuhan penjualan ini dapat diartikan bahwa perusahaan tersebut telah berhasil dalam menjalankan strategi penjualannya. Pertumbuhan penjualan ini akan meningkatkan laba yang diperoleh oleh perusahaan. Hal ini memberikan

dampak positif bagi perusahaan yaitu untuk menarik para investor maupun kreditur untuk melakukan investasi dan pemberian kredit kepada perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan yang mengalami dampak dari melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika (USD) tetapi mengalami pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang signifikan yaitu pada perusahaan sektor pertambangan batu bara.

Tujuan utama dari perusahaan yang sudah *go public* atau yang sudah terdaftar di BEI, yaitu untuk menghasilkan laba guna meningkatkan kemakmuran pemilik ataupun para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan yang mana dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Semakin baik nilai perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dipandang positif oleh para calon investor. Nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam operasi masa lalu dan prospek di masa yang akan datang untuk meyakinkan pemegang saham.

Perusahaan yang memiliki kualitas yang baik dapat diperhitungkan oleh para investor dengan melihat apakah suatu perusahaan telah menerapkan kaidah-kaidah manajemen yang baik. Tolak ukur yang sering dipakai untuk mengukur nilai perusahaan adalah *price book value*, yang dapat diartikan sebagai hasil dari perbandingan antara nilai perusahaan dengan nilai buku. Nilai perusahaan yang tinggi, akan berdampak terhadap peningkatan kemakmuran yang dicapai para pemegang saham.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Agensi

Teori keagenan dalam perusahaan mengidentifikasi adanya pihak-pihak dalam perusahaan yang memiliki berbagai kepentingan untuk mencapai tujuan dalam kegiatan perusahaan. teori ini muncul karena adanya hubungan antara prinsipal dan agen. Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri.

Signalling Theory

Brigham et al (2011) teori sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

Laporan Keuangan

Menurut Harjito (2013:51) laporan keuangan adalah ikhtisar keadaan suatu perusahaan pada waktu tertentu. Dalam penggolongannya laporan keuangan secara garis besar dibedakan kedalam 4 macam, yaitu: laporan neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal, dan laporan aliran kas.

Nilai Perusahaan

Ghaesani et al (2017), nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan juga

biasanya diartikan dengan persepsi investor tentang tingkat kesuksesan perusahaan, hal itu dapat dilihat dari harga saham.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi.

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Fahmi (2014:83) rasio pertumbuhan yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini yang umum dilihat dari berbagai segi yaitu dari segi penjualan, *earning after tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham.

Ukuran Perusahaan

Pratama dan Wiksuana (2016) ukuran perusahaan adalah cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan dikategorikan menjadi 3 jenis, yaitu: perusahaan berskala kecil, perusahaan skala sedang dan perusahaan berskala besar. Ukuran dari sebuah perusahaan dapat didasarkan pada total nilai dari total aset, penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tamba et al (2020), Astari et al (2019), Isnawati & Widjajanti (2019), Rahayu et al (2020), dan Andriani (2018) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Apriliyanti et al (2019) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020

Hasil penelitian Wijaya (2019) dan Rahayu (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan memberikan gambaran kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba, jika penjualan meningkat maka laba perusahaan juga akan meningkat. Namun penelitian yang dilakukan Isnawati et al (2019) dan Tamba et al (2020) mendapatkan hasil yang tidak signifikan pada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

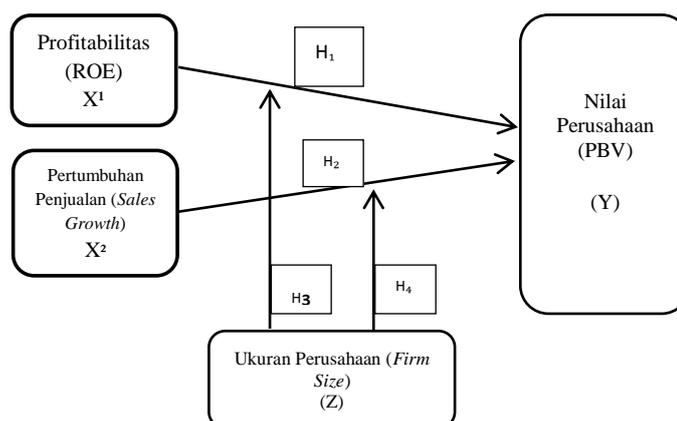
H2 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pohan *et al* (2018) dan Nur (2019) menyatakan profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memperkuat dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan meningkatkan profitabilitas sehingga dapat menarik para investor maupun kreditur. Namun hasil berbeda terdapat pada penelitian Astari (2019) dan Apriliyanti (2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H3 : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020

Penelitian yang dilakukan Wahidniawati (2021) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wati & Angraini (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap harga saham. Di mana besarnya ukuran perusahaan menjadi sinyal positif yang turut memengaruhi harga saham sebagai cerminan nilai perusahaan.

H4 : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020.



Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian
Sumber: Penelitian Terdahulu (Diolah)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini kuantitatif deskriptif sedangkan data sekunder untuk analisis data berupa laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan sub sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 diperoleh melalui www.idx.co.id. Populasi pada penelitian ini berjumlah 24 perusahaan dengan pengamatan selama periode tiga tahun dan sampel dipilih dengan menggunakan kriteria sampel yang sudah ditentukan dimana diperoleh 14 sampel. Analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi

linier berganda. Penelitian ini menggunakan profitabilitas dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

Tabel 1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Item
Profitabilitas (ROE) (X ¹)	<i>Return on Equity</i> merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas. <i>Return on Equity</i> merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (<i>income</i>) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan (Harahap, 2015:305)	(Nidar, 2016:288) $ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$
Pertumbuhan Penjualan (X ²)	Pertumbuhan penjualan merupakan hasil perbandingan antara penjualan periode tertentu dibandingkan dengan periode sebelumnya. Di mana pertumbuhan penjualan dihitung dengan cara mengurangkan penjualan periode sekarang dengan penjualan periode sebelumnya, kemudian dibagi dengan laba penjualan pada periode sebelumnya. (Dewi dan Sujana, 2019).	Mandalika (2016) <i>growth of sales</i> $= \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan (t - 1)}}{\text{Penjualan (t - 1)}} \times 100\%$
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan yang dilihat berdasarkan harga saham. (Wiagustini, 2010:78)	(Brigham dan Houston, 2006:112) $PBV = \frac{\text{Harga perlembar saham}}{\text{Nilai buku saham biasa}}$
Ukuran Perusahaan (Z)	Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, <i>log size</i> , nilai pasar dan lain-lain. (Husnan, 2013:89)	(Pantow et al, 2015:963) $\text{Firm Size} = \text{Log Natural Total Asset}$

Penelitian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, *Moderated Regression Analysis* (MRA), Uji t, dan Koefisien Determinasi (R²). Dengan persamaan uji regresi :

$$Y = \alpha + \beta^1 X^1 + \beta^2 X^2 + \beta^1 X^1 * Z + \beta^2 X^2 * Z + \varepsilon$$

- Y = Nilai Perusahaan
- α = Konstanta
- β^1, β^2 = Koefisien Regresi
- X₁ = Profitabilitas
- X₂ = Pertumbuhan Penjualan
- Z = Ukuran Perusahaan
- ε = *Error Term*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perhitungan dengan IBM SPSS 26 diperoleh hasil analisis data meliputi:

Tabel 2 Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROE (X1)	42	-,14	,31	,0932	,11149
GROWTH (X2)	42	-,37	,37	-,0229	,21512
PBV (Y)	42	,26	2,62	1,0154	,57904
FIRM SIZE (Z)	42	27,01	32,26	29,9311	1,51771

Sumber: Data Diolah, 2022

Variabel *return on equity* (ROE) merupakan rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa, yang mengukur tingkat pengembalian atas investasi dari pemegang saham biasa. Dalam penelitian ini, ROE memiliki rata-rata 0,0932 dari sampel 42 perusahaan periode 2018-2020. Nilai minimum sebesar -0,14 diperoleh PT Indika Energy Tbk pada tahun 2020 dengan nilai rugi bersih sebesar - Rp 1.659.699.083.360 lebih kecil dibandingkan total ekuitas perusahaan sebesar Rp 12.246.239.203.280. Nilai maximum 0,31 diperoleh PT Bukit Asam Tbk pada tahun 2018, dengan nilai laba bersih sebesar Rp 5.023.946.000.000 dengan total ekuitas sebesar Rp 16.269.696.000.000. Standar Deviasi dari ROE ialah sebesar 0,11149.

Variabel pertumbuhan penjualan (*growth*) memiliki rata-rata -0,0229. Nilai minimum -0,37 diperoleh PT Borneo Olah Sarana Sukses Tbk pada tahun 2020, dengan perubahan penurunan total penjualan sebesar Rp 170.386.015.194. Nilai maksimum 0,37 diperoleh PT Samindo Resources Tbk pada tahun 2018, dengan kenaikan total penjualan sebesar Rp 3.491.580.841.182. Standar deviasi dari *Growth* ialah sebesar 0,21512.

Variabel Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,0154. Nilai minimum 0,26 yang diperoleh PT Toba Bara Sejahtera Tbk pada tahun 2018, dengan harga pasar per lembar saham Rp 405 dan nilai buku perlembar saham Rp 1.551. Hal ini menunjukkan investor bersedia membayar 0,26 kali dari laba bersih yang diperoleh perusahaan. Nilai maksimum 2,62 yang diperoleh PT Bumi Resources Tbk pada tahun 2020 dengan harga pasar per lembar saham Rp 72 dan nilai buku perlembar saham Rp 27,45. Hal ini menunjukkan bahwa investor bersedia membayar 2,62 kali dari laba bersih yang diperoleh perusahaan. Standar deviasi dari nilai perusahaan adalah sebesar 0,5794.

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai rata-rata 29,9311. Nilai minimum sebesar 27,01 yang diperoleh PT Borneo Olah Sarana Sukses Tbk pada tahun 2018. Hal ini dikarenakan nilai *Total Assets* yang dimiliki perusahaan sebesar Rp 536.867.715.737 lebih kecil dari perusahaan lainnya. Nilai maksimum sebesar 32,26 diperoleh PT Adaro Energy Tbk pada tahun 2018 dengan nilai *Total Assets* sebesar Rp 102.246.793.155.000 lebih besar dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Dengan kata lain, perusahaan ini memiliki *Total Assets*

terbesar selama periode penelitian. Standar deviasi dari *Firm Size* ialah sebesar 1,51771.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	42
Asymp. Sig. (2-tailed)	,082 ^c
Sig > α (0,05), Data Berdistribusi Normal.	

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai hasil uji normalitas adalah 0,082 lebih dari 0,05 (5%). Hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi normal.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Collinearity Statistics			
(Constant)	Tolerance	VIF	keterangan
ROE (X1)	,824	1,213	Tidak terjadi multikolinieritas
GROWTH (X2)	,811	1,233	Tidak terjadi multikolinieritas
FIRM SIZE (Z)	,954	1,048	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel di atas, uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai tolerance > 0,1, dan nilai VIF < 10 yang berarti tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau variabel independen.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	0,218
ROE (X1)	0,652
GROWTH (X2)	0,063
FIRM SIZE (Z)	0,335

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel di atas uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel-variabel independen menunjukkan signifikansi > 0,05 (5%) yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas antara variabel independen.

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,580 ^a	0,336	0,283	0,49017	1,723

Sumber: Data Diolah, 2020.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4.5 diperoleh nilai *durbin watson* (DW) sebesar 1,723. Nilai ini dibandingkan dengan nilai tabel signifikan 5% dengan (N) sebanyak 42 sampel dan jumlah variabel sebanyak 3 variabel. Dengan menggunakan data tersebut diperoleh batas dU sebesar 1,6061 lebih kecil dari 1,723 dan 4-dU sebesar 2,3939 yang lebih besar dari 1,723. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 7 Hasil Analisis regresi linier berganda ROE, Growth, Firm Size terhadap PBV

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,322	1,553		2,782	,008		
	ROE (X1)	2,236	,756	,431	2,957	,005	,824	1,213
	GROWTH (X2)	-1,356	,395	-,504	-3,432	,001	,811	1,233
	FIRM SIZE (Z)	-,118	,052	-,311	-2,294	,027	,954	1,048

a. Dependent Variable: PBV (Y)

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 4,322 artinya apabila nilai ROE, *Growth*, dan *Firm Size* konstan atau bernilai nol, maka besarnya PBV 4,322. Nilai koefisien dari variabel ROE yaitu sebesar 2,236 dengan nilai signifikansi 0,005 (prob. < 0,05). Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa ROE memiliki pengaruh positif signifikan terhadap PBV. Sehingga semakin tinggi variabel ROE maka variabel PBV akan semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah variabel ROE maka variabel PBV akan semakin rendah.

Koefisien nilai variabel *GROWTH* sebesar -1,356 dengan nilai signifikansi 0,001 (prob. < 0,05). Tanda negatif menunjukkan variabel independen *GROWTH* mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap variabel PBV, maka setiap peningkatan pertumbuhan penjualan 1 kali akan diikuti oleh penurunan nilai perusahaan sebesar 1,356.

Nilai koefisien dari variabel *FIRM SIZE* sebesar -0,118 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,027 (prob. < 0,05), sehingga variabel ukuran perusahaan mempengaruhi variabel PBV. Tanda negatif menunjukkan variabel *FIRM SIZE*

mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap variabel PBV, maka setiap peningkatan ukuran perusahaan 1 kali akan diikuti oleh penurunan nilai perusahaan sebesar 0,118.

Tabel 8 Persamaan Regresi Moderasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,780	,118		6,617	,000
	ROE (X1)	2,377	,794	,458	2,852	,000
	GROWTH (X2)	-1,220	,411	-,453	-2,966	,005
	FIRM SIZE (Z)	-,139	,065	-,364	-2,140	,039
	PEMODERASIX1	,327	,514	1,865	,543	,521
	PEMODERASIX2	-,091	,274	-,998	-,324	,748

a. Dependent Variable: PBV (Y)

Sumber: Data Diolah, 2022

Dalam tabel 4.7 di atas menunjukkan pengaruh *Firm Size* sebagai pemoderasi antar variabel independen. Dari tabel di atas jumlah koefisien regresi ROE (X1) dengan menggunakan *Firm Size* (Z) sebagai pemoderasi sebesar 0,327 dengan nilai signifikansi 0,521 lebih besar dari probabilitas 0,05 yang artinya *Firm Size* (Z) tidak dapat memoderasi hubungan antara ROE (X1) dengan PBV (Y).

Jumlah koefisien regresi *Growth* (X2) dengan menggunakan *Firm Size* (Z) sebagai pemoderasi sebesar -0,091 dengan nilai signifikansi 0,748 lebih besar dari probabilitas 0,05 yang artinya *Firm Size* (Z) tidak dapat memoderasi hubungan antara *Growth* (X2) dengan PBV (Y).

Tabel 4.8 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,780	,118		6,617	,000
	ROE (X1)	2,377	,794	,458	2,852	,000
	GROWTH (X2)	-1,220	,411	-,453	-2,966	,005
	FIRM SIZE (Z)	-,139	,065	-,364	-2,140	,039
	PEMODERASIX1	,327	,514	1,865	,543	,521
	PEMODERASIX2	-,091	,274	-,998	-,324	,748

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan dari uji *moderated analysis regression* dan uji hipotesis maka hasil penelitian dapat dijelaskan dalam pembahasan sebagai berikut.

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, hipotesis penelitian pertama diterima. Variabel profitabilitas menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya profitabilitas yang diproksikan dengan ROE mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan rasio profitabilitas merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat laba atau keuntungan suatu perusahaan. Profitabilitas tergambar dalam *signalling theory* yang membahas tentang naik turunnya harga di pasar seperti harga saham, obligasi, dan sebagainya, sehingga akan memberi pengaruh pada keputusan investor. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif dan negatif adalah sangat mempengaruhi kondisi pasar. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa investor tertarik dengan nilai ROE yang tinggi karena ROE adalah rasio yang langsung menghitung pengembalian terhadap ekuitas yang ditanamkan oleh investor. ROE yang meningkat tentu meningkatkan permintaan terhadap saham dari perusahaan terkait, sehingga nilai dari perusahaan pun ikut naik. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tamba et al (2020), Astari et al (2019), Isnawati & Widjajanti (2019), Rahayu et al (2020), dan Andriani (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka H1 diterima.

2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Perusahaan yang setiap tahunnya memiliki perkembangan yang baik menandakan kualitas kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi yang sehat. Hal ini akan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi dan hal tersebut berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan menunjukkan negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan dengan tanda negatif dari *growth* menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak menjamin meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini juga dikarenakan pertumbuhan penjualan yang tinggi ada hubungannya dengan pembiayaan perusahaan, sehingga laba yang dihasilkan akan berkurang. Selanjutnya, perusahaan yang memiliki kesempatan pertumbuhan tinggi membutuhkan dana yang tinggi juga untuk mengembangkan operasional perusahaan dengan investasi-investasi aset tetap. Pertumbuhan ini akan menjadi pusat pemikiran manajemen, karena dengan pertumbuhan yang tinggi akan mempermudah manajemen mencapai targetnya. Manajemen akan lebih memfokuskan pada pertumbuhan perusahaan dibandingkan kesejahteraan pemegang saham. Karena laba yang diperoleh perusahaan akan digunakan untuk pembiayaan pertumbuhan perusahaan dari pada untuk dibagikan ke pemegang saham seperti dalam bentuk deviden, sehingga hal ini akan mempengaruhi persepsi investor untuk berinvestasi, yang sejatinya memiliki keinginan untuk memperoleh *return* di masa depan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2019) dan Rahayu (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Dalam penelitian ini ditemukan hasil ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis ketiga dari penelitian ini ditolak. Setiap perusahaan memiliki skala atau ukuran perusahaan yang berbeda dan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaannya. Besarnya ukuran perusahaan ditentukan dengan total asset yang dimiliki perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada di perusahaan. Namun, kebebasan yang dimiliki manajemen tidak sebanding dengan kekhawatiran yang dirasakan oleh pemilik perusahaan (Haryadi, 2016). Apabila perusahaan tidak mampu memanfaatkan asetnya secara efektif maka akan menimbulkan penimbunan aset dikarenakan perputaran dari aset perusahaan yang semakin lama, sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Hasil ini dapat diartikan bahwa besarnya total asset sebagai ukuran perusahaan belum memberikan keyakinan kepada investor tentang kemampuan perusahaan dalam mengelola asset yang ada. Sehingga ukuran perusahaan tidak mempengaruhi peningkatan pada profitabilitas perusahaan yang membuat nilai perusahaan juga meningkat. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Astari (2019) dan Apriyanti (2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Dalam penelitian ini ditemukan hasil ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis keempat dari penelitian ini ditolak. Ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinilai dari nilai total aktiva perusahaan. Ukuran perusahaan dengan proksi *logaritma net of asset* atau total aset belum mampu dijadikan sebagai pertimbangan untuk meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan rata-rata atau pertumbuhan penjualan yang diperoleh perusahaan setiap tahunnya mengalami fluktuasi sehingga investor ragu dalam melakukan investasi pada perusahaan karena return yang akan diperoleh investor cenderung tidak stabil atau rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar dan memiliki pertumbuhan penjualan tinggi belum mampu menarik investor untuk memberikan dana kepada perusahaan sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pertumbuhan penjualan juga dilihat dari peningkatan pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya serta tidak semua perusahaan yang memiliki presentase penjualan besar memiliki laba ditahan yang cukup. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahidniawati (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020) dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

B. Saran

1. Peneliti selanjutnya yang ingin membuat penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan diharapkan menambahkan variabel lain untuk meneliti pengaruh nilai perusahaan dan faktor internal perusahaan pertambangan, dikarenakan hasil penelitian ini hanya mampu menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan untuk melihat pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 34,1%, sisanya sebesar 65,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
2. Penelitian ini terbatas hanya pada perusahaan pertambangan sub sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2020, sehingga ada kemungkinan bahwa hasil penelitian akan berbeda jika sektor maupun periode yang diteliti berbeda. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dalam periode kurun waktu yang lebih panjang guna mendapatkan akurasi hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus D., Harjito dan Martono. (2013:51). *Manajemen Keuangan, Edisi kedua*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Andriani, L. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Property & Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 1(7): 139-151.
- Apriliyanti, V., Hermi., Herawaty, V. (2019). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2): 201-224.
- Astari, Y., Rinofah, R., Mujino. 2019. Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di

- Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2018). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*: Vol. 3(3) : 191-201.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. www.idx.co.id
- Fahmi, I. (2014). *Analisa Kinerja Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- Firda, Y., & Efriadi, A.R. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Industri Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 14(2), 141-156.
- Ghaesani, N., Yuliani, & Reza, G. (2018). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*: Vol.16 (3).
- Isnawati, F.N., Widjajanti, K. 2019. Pengaruh Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Magister Manajemen Universitas Semarang*, ISSN: 1979-4800.
- Mandalika, A. (2016). Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Sektor Otomotif). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 107 – 118.
- Nidar, S. R. (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan Modern*. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Nur, T. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 22 (1).
- Pohan, H.T., Noor, I.N., Bhakti, Y.F. 2018. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, Vol. 5 (1): 41-52.
- Pratama, I.G.B.A & Wiksuana, I.G.B. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 2.
- Rahayu, V.S., Mustikowati, R.I., Suroso, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1): 1-5.
- Tamba, E.C., Pandiangan, L., Ginting, R.N., Sitepu, W.R.B. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen

Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di BEI. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, Vol 4(2): 485-493.

Wahidniawati, U., Ulupui, I.G.K.A., Fauzi, A. (2021). Efek Moderasi Ukuran Perusahaan pada Pengaruh Kesempatan Investasi dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 1(7): 717:723.

Wati, L. & Angraini, T. 2020. Pengaruh Rasio Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2017. *Jurnal AJAK (Akuntansi dan Pajak)*, Vol.1 (1): 22-32.

Wijaya, I.G.N.S. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi. *Juima*, Vol 9(2): 8-15.

Author's Last name, Author's last name, Author's last name
Title ...