



---

## ANALISIS PENGARUH SALES GROWTH DAN FIRM SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT. PRIMARINDO ASIA INFRASTRUCTURE TBK

Elfansyah Muhamad Alfarizi<sup>1\*</sup>, Aris Munandar<sup>2</sup>, Aliah Pratiwi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

Jl. Wolter Monginsidi Kompleks Tolobali Kota Bima, Indonesia

\*Corresponding Author: [elfansyahmuh.alfarizi.stiebima19@gmail.com](mailto:elfansyahmuh.alfarizi.stiebima19@gmail.com)

Diterima: Mei 2023; Direvisi: Mei 2023; Dipublikasikan: Mei 2023

### ABSTRACT

*This study aims to examine the effect of sales growth and firm size on firm value. This type of research includes quantitative research using secondary data obtained from the analysis of financial statements on the website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). The population in this research is the financial statements of PT. Primarindo Asia Infrastructure Tbk for 12 years (2013-2023). The method used in selecting the sample was purposive sampling and determining the sample based on the criteria set by the researcher with a 10-year sample. Based on secondary results of data processing using multiple linear regression analysis, F test, t test, it is known that sales growth and firm size simultaneously have a significant effect on firm value. Partially, the results of this study indicate that the sales growth variable has no positive and significant effect on firm value. Meanwhile, firm size has a negative and significant effect on firm value. Sales growth and company size have a positive and significant effect on firm value.*

**Keywords:** Sales Growth; Firm Size; Firm Value.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan (sales growth) dan ukuran perusahaan (firm size) pada nilai perusahaan. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder diperoleh dari analisis laporan keuangan pada website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Populasi dalam penelitian ini adalah Laporan keuangan PT. Primarindo Asia Infrastruktur Tbk selama 12 tahun (2011-2022). Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah purposive sampling dan penentuan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan hasil 10 tahun sampel (2013-2022). Berdasarkan hasil sekunder pengolahan data dengan metode analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, diketahui bahwa variabel pertumbuhan penjualan (sales growth) dan ukuran perusahaan (firm size) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, hasil penelitian ini menunjukkan variabel sales growth tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, firm size berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

**Kata Kunci:** Pertumbuhan Penjualan; Ukuran Perusahaan; Nilai Perusahaan.

## PENDAHULUAN

Pada saat ini, perkembangan bisnis yang sangat pesat membuat banyak perusahaan baru muncul. Hal tersebut mengarah kepada suatu persaingan yang ketat antara perusahaan, karena itu untuk mempertahankan operasi bisnis dan juga untuk melakukan persaingan dengan perusahaan lain banyak hal yang dibutuhkan dan perlu disiapkan seperti strategi, kepercayaan pelanggan, ide-ide baru, bahkan yang paling penting adalah modal. Salah satu cara untuk mendapatkan modal adalah dengan menggunakan pinjaman, dan untuk memberikan kepercayaan investor dan kreditor perusahaan harus meningkatkan nilai perusahaannya. Untuk meyakinkan para investor dan kreditor, setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan tersebut dengan semaksimal mungkin, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan para pemegang saham.

Didirikannya suatu perusahaan melalui beragam tujuan salah satunya untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Tujuan memaksimalkan kekayaan pemilik dan meningkatkan kemakmuran pemegang saham tidak hanya secara langsung bermanfaat bagi pemegang saham tetapi dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Menurut (Brigham dan Gapenski, 2020) mengemukakan nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Sehingga nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan semua pemilik perusahaan. Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Laba yang dihasilkan perusahaan berkaitan erat dengan jumlah penjualan perusahaan (Insan dan Purnama 2021). Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan nilai perusahaan.

Menurut (Harahap, 2011) pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menggambarkan pencapaian penjualan perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan, karena apabila semakin banyak dana yang dimiliki perusahaan maka semakin beragam asset yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan tersebut menghasilkan laba yang besar. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya.

Ukuran perusahaan juga menjadi faktor lain yang mampu memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena semakin besar suatu ukuran atau skala dari perusahaan maka akan lebih mudah pula perusahaan mendapatkan dana yang bersifat internal ataupun eksternal untuk kebutuhan operasional. (Dewi dan Wirajaya, 2015) menjabarkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar, dan laba yang tinggi. Semakin besar suatu perusahaan berarti masyarakat akan semakin kenal dan mempermudah untuk mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. (Bernandhi, 2013) menjelaskan, ukuran perusahaan (*Firm Size*) yang besar dapat menjadi indikator bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan, dan besar kecilnya ukuran perusahaan dapat tercermin dari nilai total asset yang tercantum di neraca. Perusahaan dengan total asset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan.

PT. Primarindo Asia Infrastructure Tbk (BIMA) bergerak di bidang industri alas kaki, khususnya produksi sepatu olahraga dan menangani pengolahan bahan baku pembuatan sepatu olahraga. Perusahaan ini memulai produksi komersialnya tahun 1998. PT Primarindo Asia Infrastruktur (BIMA) Tbk menjadi perusahaan publik melalui penawaran umum perdana saham (Initial Public Offering/ IPO) dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 1994. Namun dalam 10 tahun terakhir pencapaian penjualan bersih, total aset dan harga saham yang diperoleh PT. Primarindo Asia Infrastruktur (BIMA) Tbk mengalami penurunan, sedangkan total ekuitas mengalami fluktuatif. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Sales Growth dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan pada PT Primarindo Asia Infrastruktur Tbk”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Sales Growth

Pertumbuhan penjualan (*Sales growth*) dapat diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode Dewi dan Sujana (2019). Pertumbuhan penjualan dapat menggambarkan prestasi investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur pertumbuhan di masa yang akan datang. Penjualan mencerminkan kinerja perusahaan dengan catatan tidak diikuti dengan peningkatan biaya yang melebihi tingkat pertumbuhan penjualan. *Signaling theory* menyatakan penjualan yang meningkat mampu meyakinkan investor bahwa perusahaan akan memberikan imbal hasil yang tinggi apabila diikuti dengan efisiensi operasi yang tinggi Sofyaningsih dan Hardiningsih (2011). *Sales growth* atau pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan diperiode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi Meidiawati (2016). Menurut Harahap (2011) untuk pertumbuhan penjualan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Sales growth} = \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan (t-1)}}{\text{Penjualan (t-1)}}$$

### Firm Size

Bernandhi (2013) menjelaskan, ukuran perusahaan (*Firm Size*) yang besar dapat menjadi indikator bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan, dan besar kecilnya ukuran perusahaan dapat tercermin dari nilai total aset yang tercantum di neraca. Menurut Asmawi (2018) menjabarkan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala penentuan besar kecilnya perusahaan yang dilihat melalui besarnya total aktiva, jumlah penjualan, maupun nilai pasar saham. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan didasarkan pada total aktiva atau total penjualan bersih perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Proksi yang digunakan untuk menggambarkan ukuran perusahaan pada penelitian ini adalah logaritma natural dari total aset. Wirajaya (2015) menjabarkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar, dan laba yang tinggi. Semakin besar suatu perusahaan berarti masyarakat akan semakin kenal dan mempermudah untuk mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berikut rumus untuk menghitung ukuran perusahaan menurut Ayu dan Gerianta (2018), yaitu:

$$\text{Firm Size} = \text{LN (Total asset)}$$

Mengingat nilai total aset ini sangat besar, maka digunakan nilai *logaritma natural* (Ln) dari total aset agar tidak terlalu besar untuk dimasukkan ke dalam model persamaan Almila dan Retrinasari, (2007). Semakin besar total aset maka semakin banyak modal yang ditanam. Nilai total aset digunakan sebagai indikator untuk mengukur ukuran perusahaan karena nilainya relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai total penjualan dan kapitalisasi pasar. Nilai kapitalisasi pasar cenderung lebih fluktuatif karena dalam perhitungannya terdapat komponen harga saham yang beredar.

### Nilai Perusahaan

Menurut Rifqi (2015) Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah dengan nilai pasar hutang. Tujuan perusahaan dapat tercapai apabila perusahaan mampu memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dianggap sebagai keadaan suatu perusahaan, jika nilai perusahaan baik maka perusahaan tersebut dianggap baik dan jika nilai perusahaan itu buruk maka perusahaan tersebut dianggap buruk. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan nilai pasar saham perusahaan, dimana semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik saham Seviando (2014). Menurut Brigham dan Houston (2011), price to book value (PBV) pada nilai perusahaan merupakan perbandingan rasio keuangan antara harga saham dengan nilai per lembar saham. Perusahaan dikatakan telah mencapai tujuannya apabila nilai PBV perusahaan tinggi sehingga semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham. Untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan metode Tobin's Q. Tobin's Q adalah metode yang membandingkan nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Metode ini ditemukan oleh James Tobin.

Rumus Tobin's Q adalah:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{TA}}$$

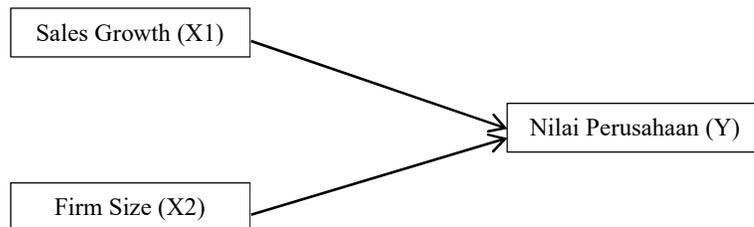
Keterangan:

MVE = Harga Saham

Debt = Hutang

TA = Total Aset

### Kerangka Hipotesis



**Gambar 1. Kerangka pemikiran**

Perumusan Hipotesis:

H1: Sales Growth (X1) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y)

H2: Firm Size (X2) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y)

H3: Sales Growth (X1) dan Firm Size (X2) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y)

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian asiosiatif dengan pendekatan kuantitatif (pengaruh). Penelitian asiosiatif merupakan suatu pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016). Penelitian ini mencari pengaruh *Sales Growth* (X1), dan *Firm Size* (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y).

### Lokasi penelitian

Lokasi dan tempat penelitian ini dilakukan pada PT. Primarindo Asia Infrastruktur (BIMA) Tbk yang beralamat di Jl. Raya Ranca Bolang No.98 Gadebage-Bandung Indonesia. Penelitian ini dilakukan melalui pengambilan data terkait informasi perusahaan dan laporan keuangan perusahaan yang tersedia di *website* Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

### Populasi dan Sampel penelitian

Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan PT Primarindo Asia Infrastruktur Tbk selama 12 tahun mulai dari tahun 2011-2022. Sampel yang digunakan yaitu selama 10 tahun dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive sampling*.

### Teknik Pengumpulan Data

Studi pustaka, yaitu alat pengumpulan data dengan cara mengadakan studi pustaka yang berkaitan dengan objek penelitian, untuk memperoleh bahan keputusan terutama teori yang mendukung penelitian ini. Dokumentasi, yaitu alat pengumpulan data dengan cara mengakses langsung melalui situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan SPSS (Statistical Package for Social Science) Versi 26.0. Metode analisis yang digunakan adalah uji Asumsi klasik, analisis linear berganda, koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji T, dan uji F.

## HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1. Deskripsi Sampel (dalam satuan rupiah penuh)**

Tahun	Penjualan Bersih	Total aset	Total ekuitas	Harga saham perlembar (closing price)	Jumlah saham beredar
2013	279.150.207.182	118.007.059.098	203.967.966.045	700	86.000.000
2014	286.688.094.220	104.058.578.348	193.918.969.257	700	86.000.000
2015	222.363.830.677	99.558.394.760	202.012.514.927	350	86.000.000
2016	172.109.865.924	92.041.274.561	97.175.471.622	195	608.175.716
2017	153.713.878.373	89.327.328.853	84.637.373.721	69	608.175.716
2018	146.138.557.283	98.190.640.839	80.847.643.921	56	608.175.716
2019	126.478.581.670	246.536.771.775	64.487.893.211	50	608.175.716
2020	57.050.904.827	223.781.482.859	29.459.586.724	50	608.175.716
2021	41.842.213.373	218.663.866.293	9.376.220.686	246	608.175.716
2022	113.918.038.823	310.462.822.260	86.565.610.557	117	608.175.716

Sumber data: ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)), diperoleh, 2023

**Tabel 2. Analisis Deskriptif**

TAHUN	SALES GROWTH	FIRM SIZE	Nilai Perusahaan
2013	0.15	25.49	2.73
2014	0.03	25.37	2.86
2015	-0.22	25.32	3.03
2016	-0.23	25.25	2.06
2017	-0.11	25.22	1.95
2018	-0.05	25.31	1.82
2019	-0.13	26.23	0.74
2020	-0.55	26.13	0.87
2021	-0.27	26.11	0.96
2022	1.72	26.46	0.72

Sumber: Data diolah, 2023

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 3. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	10
	Std. Deviation	,0000000
		,46927600
Most Extreme Differences	Absolute	,219
	Positive	,219
	Negative	-,176
Test Statistic		,219
Asymp. Sig. (2-tailed)		,189 <sup>c</sup>

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diatas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,189 yang artinya nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut telah normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Sales Growth	,830	1,205
	Firm Size	,830	1,205

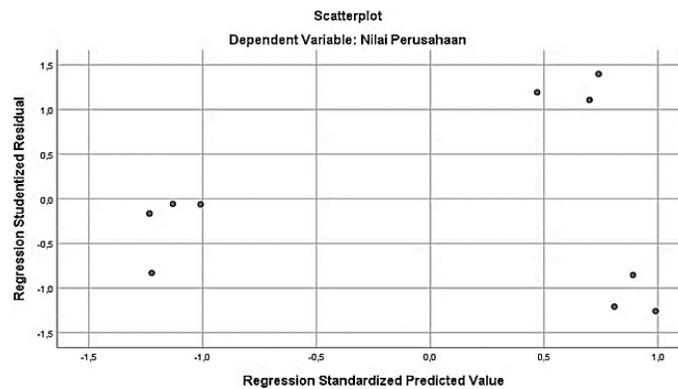
Sumber: Data diolah, 2023

Dari hasil tabel bahwa nilai VIF (X1) dan variable *firm size* (X2) adalah  $1,205 < 10$  dan nilai tolerance value  $0,830 > 0,1$  maka data tersebut tidak terjadi gejala Multikolinearitas.

4 diatas, diketahui variable *sales growth*

### Uji Heterokedastisitas

**Gambar 2. Uji Heterokedastisitas**



Sumber: Data diolah, 2023

Dari hasil gambar 2 Scatterplot terlihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala Heterokedastisitas.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 5. Uji Durbin-Watson**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,857 <sup>a</sup>	,734	,658	,53211	,761

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 diatas diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 0,761. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson. Jumlah sampel (n) 10 dan jumlah variabel bebas 2 (k=2) sehingga pada tabel Durbin-Watson akan diperoleh nilai batas bawah (dL) sebesar 0,6972 dan nilai batas atas (dU) sebesar 1,6413. Jadi nilai  $4 - dU$  adalah  $4 - 1,6413 = 2,3587$  yang artinya  $dL < d < dU$  maka tidak ada kesimpulan yang pasti tentang ada dan tidaknya gejala autokorelasi. Sehingga dapat dilanjutkan dengan uji Run Test.

**Tabel 6. Run Test**

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Number of Runs	4
Z	-1,006
Asymp. Sig. (2-tailed)	,314

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 diatas diperoleh nilai nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,314 > 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi.

### Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 7. Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>			
	Model	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	45,720	10,370
	Sales Growth	,217	,313
	Firm Size	-1,711	,404

Sumber: Data diolah, 2023

Dari hasil tabel 7 diatas, dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 45,720 + 0,217 X_1 + -1,711 X_2$$

Berdasarkan tabel 3, persamaan regresi linier berganda diketahui:

1. Nilai (a) adalah sebesar 45,720. Artinya, jika pertumbuhan penjualan (*sales growth*), dan ukuran perusahaan (*firm size*) nilainya adalah 0 maka nilai perusahaan nilainya positif yaitu sebesar 45,720.
2. Nilai (b1) bernilai positif, yaitu sebesar 0,217. Artinya, setiap peningkatan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) sebesar 1% maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,217 dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap.
3. Nilai (b2) bernilai positif, yaitu sebesar -1,711. Artinya, bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan (*firm size*) sebesar 1% maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar -1,711 dengan asumsi variabel independen lain bernilai tetap.

### Uji Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi

**Tabel 8. Koefisien Determinasi dan Koefisien Kortelasi**

Model Summary <sup>b</sup>		
Model	R	R Square
1	,857 <sup>a</sup>	,734

Sumber: Data diolah, 2023

Dari hasil tabel 8 diatas, dapat dilihat bahwa angka koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,734 atau sebesar 73,4%. Hal ini berarti kemampuan variabel sales growth dan firm size dalam menerangkan variasi perubahan variabel nilai perusahaan sebesar 0,734 atau 73,4%. Sisa nya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti yaitu sebesar 0,266 atau 26,6%.

Dari tabel 8 diatas, dapat diketahui nilai koefisien korelasi (R) variabel sales growth dan firm size sebesar 0,857. Maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan positif yang sedang antara sales growth dan firm size terhadap nilai perusahaan sebesar 85,7%. sedangkan untuk sisanya 14,3% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji T

**Tabel 9. Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>			
	Model	t	Sig.
1	(Constant)	4,409	,003
	Sales Growth	,693	,511
	Firm Size	-4,237	,004

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 9 diatas, pada (*Sales Growth*) diperoleh t hitung sebesar 0,693 dan nilai Sig. sebesar 0,511 yang artinya nilai Sig. > 0,05 maka H1 ditolak. Sehingga (*sales growth*) secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Primarindo Asia Infrastruktur Tbk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Thesman dan Juniarti (2014), yang menyatakan tidak terdapat pengaruh antara *sales growth* dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sharon et. al (2016) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya biaya lainnya. Ketika perusahaan mengalami kenaikan penjualan, hal tersebut belum tentu mengidentifikasi bahwa laba juga akan meningkat dan begitu juga sebaliknya, fluktuasi dari pertumbuhan pejualan tidak serta-merta akan mempengaruhi nilai perusahaan, sebab pertumbuhan penjualan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan sedangkan nilai

perusahaan dilihat dari berbagai aspek yang dimiliki perusahaan, seperti asset, pendapatan lain serta kewajiban perusahaan. Dengan demikian, naik turunnya rasio penjualan tidak akan mempengaruhi pandangan investor terhadap tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan karena masih banyak dipengaruhi oleh faktor lain.

Pada (*Firm Size*) diperoleh t hitung sebesar -4,237 dan nilai Sig. sebesar 0,004 yang artinya nilai Sig. < 0,05 maka H2 diterima. Sehingga (*Firm Size*) secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan PT. Primarindo Asia Infrastruktur Tbk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajriah (2022), yang menyatakan bahwa *Firm Size* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajriah (2022), yang menyatakan bahwa *Firm Size* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai negatif dan signifikan menunjukkan bahwa ketika ukuran perusahaan mengalami kenaikan maka akan diikuti dengan menurunnya nilai perusahaan. Secara sederhana, nilai perusahaan dapat dilihat dari total asset suatu perusahaan, dimana jika total asset mengalami kenaikan akan berpengaruh terhadap turunnya nilai harga saham perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan siklus permintaan dan penawaran terhadap saham (asset) dari perusahaan, dimana dalam posisi tersebut investor yang berinvestasi kebanyakan akan melakukan penawaran terhadap saham dari pada permintaan. Dengan jumlah penawaran yang lebih tinggi dari permintaan tentu saja akan berdampak pada menurunnya harga saham perusahaan dan mempengaruhi pandangan calon investor lain terhadap perusahaan tersebut. Bagi sebagian investor rendahnya harga saham juga menggambarkan rendahnya nilai perusahaan, sehingga timbul anggapan bahwa perusahaan tersebut kurang baik dan berpengaruh terhadap penurunan peluang investasi.

**Uji F**

**Tabel 10. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>				
	Model	df	F	Sig.
1	Regression	2	9,648	,010 <sup>b</sup>
	Residual	7		
	Total	9		

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 10 di atas diperoleh Fhitung sebesar 9,648 > Ftabel 4,474 dan nilai Sig. Sebesar 0,010 < 0,05 artinya H3 diterima. Sehingga pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) dan ukuran perusahaan (*Firm Size*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini layak untuk digunakan dalam penelitian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditama (2015) hasil penelitian menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) dan ukuran perusahaan (*Firm Size*) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Sales Growth* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. *Firm size* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan secara simultan *Sales Growth* dan *Firm Size* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu *Sales Growth* dan *Firm Size*. Penelitian ini juga hanya menggunakan satu objek penelitian saja. Setelah menjelaskan keterbatasan di atas, maka beberapa saran bagi penelitian selanjutnya adalah menambahkan variabel independen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, serta menggunakan atau menambahkan perusahaan lain tidak hanya satu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan juga menambah rentang periode yang digunakan dalam penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, F. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Skripsi*. <http://lib.unnes.ac.id/22289/1/7211411063-s.pdf>. Diakses tanggal 25 Maret 2019
- Abdul Muid, Moch. Ronni Noerirawan, (2012). Pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi* Vol.1 No.2, hal.4
- Asmawi, Almas Rizqy Ghassani. 2018. "Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening." Universitas Islam Indonesia.
- Bursa Efek Indonesia. *Laporan Keuangan Dan Tahunan*. <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporankeuangan-dan-tahunan/>.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* Terjemahan. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Claudia Meygriza Dolontelide, Anneke Wangkar (2019). Pengaruh *Sales Growth* Dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *jurnal EMBA* Vol.7 No.3 Juli 2019, Hal. 3039 – 3048
- Dewi, I. A. P. T., dan Sujana, I. K. 2019. Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.26.1. Januari(2019):85-110.
- Dewi, Ayu Sri Mahatma, and Ary Wirajaya. 2013. "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan." *E-Jurnal Akuntansi* 4 (2): 358–72.
- Fau, N.R. 2015. "Pengaruh Struktur Modal Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia."
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Harahap, sofyon, syafitri (2015). *Analisis Kritis Laporan Keuangan*, Cetakan kedua belas. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Haryadi (2016) Pengaruh size perusahaan, keputusan pendanaan, profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, Universitas Serang Raya. Vol.3 (No.2), hal 84 – 100.
- Kusna, I., dan Setijani, E. 2018. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol.6, No.1, 2018:93-102. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/download/2155/1532>.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pantow, M. S. R., Murni, S. dan Trang, I. 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* Vol.3, No.1(2015). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7801>.
- Tamsil, R M, and M A Esra. 2020. "Analisis Pengaruh Asset Growth, Return on Assets, Dan Debt to Equity Ratio Terhadap Dividend Payout Ratio Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5 (1): 44–59.
- Prasetyantoko, A. (2008). *Bencana Finansial, Stabilitas Sebagai Barang Publik*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Raharja, K. A. H., dan Putra, I. M. P. D. (2016). Risiko kredit sebagai pemoderasi pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 645-674.
- Rosalia, Jayanti; Utami, Wikan Budi; Pratiwi, D. N. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Sales GROWTH, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2), 988–995.
- Seviando, Y. 2014. Pengaruh Return on Asset dan Return on Equity Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 -2012.
- Sofyaningsih, Sri dan Hardiningsih. 2011. Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang dan Nilai Perusahaan. *Dinamika Keuangan dan Perbankan* Vol. 3, No. 1 ISSN :1979- 4878. Hlm. 68 – 87.
- Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2007. *Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Interen dan Faktor Eksteren terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 9, No. 1. Sumodiningrat, Gunawan. 2006. *Ekonometrika Pengantar*. BPFE. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta

Elfansyah Muhamad Alfarizi, Aris Munandar, Aliah Pratiwi : Analisis Pengaruh Sales Growth dan Firm size terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Primarindo asia Infrastructure Tbk

- Sukaenah. (2015). Pengaruh earning per share (EPS), ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun 2008-2013. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa SI Akuntansi Universitas Pandanaran*, 1-18.
- Sari, P I, and N Abundanti. 2014. "Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. E-Journal Universitas Manajemen Universitas Udayana, 3 (5), 1427-1441." E-Jurnal Manajemen Unud 3 (5): 1427-41.
- Wijaya, B. I., dan Sedana, I. B. 2015. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi)." E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4 (12).
- Yasin, M., Rimawan, M., & Huda, N. (2022). Pengaruh Sales Growth Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt Mayora Indah Tbk. *Journal Transformation of Mandalika*, 3(2), 5-18. <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jtm/issue/view/65>