

HUBUNGAN SALES GROWTH DAN NILAI PERUSAHAAN SERTA PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Cici Widya Prasetyandari

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong, Probolinggo

Email; ciciwidyaprasetyandari@gmail.com

ABSTRACT

The main goal of a company is to maximize company value, this can be used as a benchmark for the company. Company value can be interpreted as the welfare and prosperity felt by shareholders. This study aims to see the effect of growth (Growth Sales) on firm value through profitability as an intervening variable. The method used in this research is a literature study, which analyzes based on books and previous studies that discuss similar concepts. The results of this study are sales growth has an effect on the firm value both through profitability and without profitability.

Keywords: Sales Growth, Profitability, Company Value

ABSTRAK

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, hal ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan. meningkatnya nilai perusahaan dapat diartikan sebagai kesejahteraan dan kemakmuran yang dirasakan oleh para pemegang saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, yakni peneliti menganalisis berdasarkan buku-buku dan penelitian-penelitian terdahulu yang membahas konsep yang serupa. Hasil penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan baik melalui profitabilitas maupun tanpa melalui profitabilitas.

Kata kunci: Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan jaman, maka dibarengi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Hal ini tentu mempengaruhi perusahaan-perusahaan untuk menggunakan teknologi yang tepat guna mengembangkan perusahaannya. Pertumbuhan usaha di dunia menuntut para pengusaha untuk mengelola perusahaannya agar dapat bertahan menghadapi segala masalah yang ada dilapangan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh para manajemen perusahaan dalam mempertahankan kehidupan perusahaannya adalah dengan meningkatkan dan mengelola nilai perusahaan dengan baik.

Tujuan utama perusahaan Menurut Brigham dan Houston (2010:7), adalah memaksimalkan nilai perusahaan, hal ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau para pemegang saham. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Pengukuran nilai perusahaan seringkali dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan karena mencerminkan pengaruh gabungan dari rasio hasil pengembalian risiko.

Kasmir (2013:196) menyatakan bahwa “Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan”. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Artinya, semakin tinggi rasio profitabilitas, kinerja perusahaan juga semakin baik. Profit merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan sector apapun. Tujuan utama dari sebuah perusahaan adalah memperoleh profit yang sebesar-besarnya. Pada umumnya, perusahaan akan melakukan apa saja untuk meningkatkan profit mereka. Profit ini sangat berhubungan dengan nilai perusahaan, karena perusahaan yang terus menerus dapat melaporkan laporan keuangan dengan profit yang besar, tentu perusahaan akan semakin berkembang dengan pesat. Hal ini mempengaruhi harga saham suatu perusahaan, dan tentunya menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Ngatemin, *et al* (2018), Tui,

et al (2017), William, *et al* (2016), Dewi dan Sudiarta (2017), Limbong dan Chabachip (2016), Nirmala dan Andarwati (2016), Sari (2016), Dramawan (2015), Kusuma, *et al* (2013), Wahyuni, *et al* (2013), Gultom (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Febrianti (2012), Rahayu dan Sari (2018) dan Safitri dan Wahyuwati (2015) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan (*Growth*) menurut Kasmir (2013:107) adalah “rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.” Menurut Fahmi (2014:82) “Rasio pertumbuhan adalah rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini dilihat dari berbagai segi sales (penjualan), earning after tax (EAT), laba per lembar saham, dividen perlembar saham, dan harga pasar perlembar saham”. Dalam sebuah perusahaan dagang maupun manufaktur, penjualan adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Pertumbuhan penjualan suatu perusahaan mempengaruhi besar kecilnya tingkat profit perusahaan tersebut. Semakin besar penjualan maka semakin besar pula profit yang akan diperoleh, tentu semakin baik pula nilai perusahaan tersebut.

Ngatemin, *et al* (2015), Hakim dan Sugianto (2018), Nirmala dan Amdarwati (2016) Menyatakan bahwa Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Wibowo (2014), Kusuma, *et al* (2013) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu pertumbuhan (*Growth*) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sudiarta (2017), Limbong dan Chabachip (2016), Dramawan (2015) menyatakan bahwa Pertumbuhan (*Growth*) berpengaruh negative dan tidak signifikan. Pertumbuhan (*growth*) juga mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini dapat dilihat dari beberapa penelitian terdahulu, diantaranya Alghusin (2015) Dramawan (2016) menunjukan hasil pertumbuhan (*growth*) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hakim dan Sugianto (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan (*growth*) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah; 1) apakah *growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan? 2) apakah *Growth* berpengaruh terhadap profitabilitas, dan 3) apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan melalui profitabilitas. Secara khusus, tujuan penelitian ini meliputi; 1) mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan, 2) mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas, 3) mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Literatur (*literatur review*). Studi literatur merupakan metode yang digunakan dalam penelitian dengan cara mengumpulkan buku, artikel, jurnal, dan penelitian, kemudian dikemas dalam sebuah ulasan dan rangkuman yang dikembangkan oleh peneliti. Metode ini membaca dan mengevaluasi beberapa penelitian terdahulu serta memberikan kritik yang membangun bagi penelitian yang sedang dilakukan.

PEMBAHASAN

1.1 Pengaruh *Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Widarjo dan Setiawan (2009), Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya. Menurut Sartono (2010) perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang stabil pula, maka dapat menggunakan utang lebih besar dari pada perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil.

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor yang terpenting bagi sebuah perusahaan, setiap perusahaan menginginkan pertumbuhan penjualan yang tinggi. Perusahaan yang selalu meningkatkan penjualannya, berarti perusahaan selalu dapat bersaing dengan pasar disegala kondisi. Selain itu, perusahaan yang

dapat meningkatkan penjualan dinilai mampu menjual produknya secara tepat sasaran, mampu membaca peluang, dan berpeluang untuk sukses.

Suksesnya sebuah perusahaan dapat dilihat dari nilai perusahaannya. Semakin meningkat nilai perusahaan maka para pemegang saham akan makmur, dan mampu mengundang investor-investor baru untuk bergabung kedalam perusahaan. Sehingga, dapat disimpulkan semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Artinya, Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya yang telah diteliti mengatakan hal yang sama, misalnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ngatemin, *et al* (2015), Hakim dan Sugianto (2018), Nirmala dan Amdarwati (2016) Menyatakan bahwa Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

1.2 Pengaruh *Growth* terhadap Profitabilitas

Profitabilitas adalah penjualan yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010). Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Sedangkan pertumbuhan penjualan adalah rasio yang menggambarkan seberapa mampu perusahaan mampu menjual produknya kepada konsumen.

Pertumbuhan penjualan yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan mampu menjual produk-produknya dengan baik. Produk yang dijual kepada perusahaan diharapkan memberikan keuntungan bagi perusahaan. bagi sebuah perusahaan, penjualan merupakan pendapatan utama/ sumber utama perusahaan dalam mendapatkan laba. Seperti yang kita tahu, seluruh perusahaan, baik itu kecil, menengah ataupun besar, selalu berorientasi pada laba. Dalam sebuah perusahaan dagang maupun manufaktur, penjualan adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Pertumbuhan penjualan suatu perusahaan mempengaruhi besar kecilnya tingkat profit perusahaan tersebut. Semakin besar penjualan maka semakin besar pula profit yang akan diperoleh, tentu semakin baik pula nilai perusahaan tersebut. Pendapat ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu, diantaranya;

Alghusin (2015) Dramawan (2016) menunjukkan pertumbuhan (growth) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

1.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan ukuran untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Kasmir, 2010). Profitabilitas digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana keefektifan dari keseluruhan manajemen dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan dan keputusan-keputusan manajemen baik dalam mengelola likuiditas, aset, maupun kewajiban perusahaan (Besley dan Brigham, 2008).

Tujuan yang ingin dicapai oleh manajer keuangan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan keputusan investasi, pendanaan (financing), dan manajemen aset.

Nilai perusahaan menunjukkan nilai dari berbagai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan, termasuk surat berharga yang dikeluarkannya. Nilai perusahaan go public selain menunjukkan nilai seluruh aktiva, juga tercermin dari nilai pasar atau harga sahamnya, sehingga semakin tinggi harga saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan. Harga saham juga dapat sebagai indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola aktiva perusahaan, sedangkan nilai perusahaan publik ditentukan oleh pasar saham. Salah satu tugas mendasar dari manajer adalah meningkatkan atau memaksimalkan nilai perusahaan (value of the firm). Nilai perusahaan menunjukkan nilai berbagai aset yang dimiliki perusahaan, termasuk surat-surat berharga yang telah dikeluarkannya.

Semakin besar tingkat profitabilitas maka semakin baik bagi perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar

tingkat kemakmuran yang diberikan oleh perusahaan akan menarik minat investor untuk memiliki perusahaan tersebut dan akan memberikan dampak positif terhadap harga saham di pasar. Hal ini berarti akan menaikkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, Penelitian yang dimaksud, diantaranya; Ngatemin, *et al* (2018), Tui, *et al* (2017), William, *et al* (2016), Dewi dan Sudiarta (2017), Limbong dan Chabachip (2016), Nirmala dan Andarwati (2016), Sari (2016), Dramawan (2015), Kusuma, *et al* (2013), Wahyuni, *et al* (2013), Gultom (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan.

PENUTUP

1. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Berdasarkan latar belakang dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa; 1) Pertumbuhan penjualan (*Growth*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 2) Pertumbuhan penjualan (*Growth*) berpengaruh terhadap profitabilitas, dan 3) profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. SARAN

Berdasarkan pembahasan penelitian, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut;

1. Bagi penelitian selanjutnya

Pertama, bagi penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan diharapkan menggunakan studi kasus perusahaan-perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kedua, peneliti diharapkan menggunakan metode penelitian kuantitatif, sehingga akan didapat hasil yang terbaik berdasarkan fakta yang ada dilapangan berdasarkan objek dan perusahaan yang diteliti.

2. Bagi investor

Investor sebaiknya memperhatikan pertumbuhan penjualan dan laba suatu perusahaan apabila akan melakukan investasi, hal ini dapat dipertimbangkan

karena sebagian besar penelitian mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan dan profitabilitas merupakan hal yang penting terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Nirmala et.al. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Kepemilikan Manajerial terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia (Perspektif Pecking Order Theory). Jurnal tidak dipublikasikan
- Brigham & Houston. 2008. *Dasar-dasar manajemen keuangan buku 1. Edisi 11*. Jakarta; Selemba empat.
- Brigham, Eugene F, dan Joe F. Houston. 2010. “*Dasar-dasar Manajemen Keuangan*”. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewa Ayu Intan Yoga Maha Dewi & Gede Mertha Sudiarta. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal manajemen unud*. Vol. 6, No. 4, 2017: 2222-2252 ISSN : 2302-8912
- Dita Tessa Sampriani Limbong & Mochammad Chabachib. 2016. Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Real Estate Dan Properti Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2014). *Diponogoro journal of managemen*. Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016, Halaman 1-14.
- Fahmi, Irham. 2013. *Pengantar manajemen keuangan, teori dan soal jawab*. Cetakan kedua. Bandung; Penerbit Alfabeta.
- Ginjar Indra Kusuma, Dkk. 2013. Analisis Pengaruh Profitabilitas (Profitability) Dan Tingkat Pertumbuhan (Growth) Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Real Estate And Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2007-2011). *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya malang*.
- I Dewa Ketut Alit Dramawan. 2015. Pengaruh Risiko Keuangan Dan Pertumbuhan Penjualan Pada Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Property. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 20 No. 2.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Kasmir. 2013. *Analisis laporan keuangan*. Jakarta; PT. Raja Grafindo persada.

- Luqman Hakim, Sugianto. 2018. Determinant Profitability and Implications on the Value of the Company: Empirical Study on Banking Industry in IDX. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2018, 8(1), 205-216.
- Maryati Rahayu, dan Bida Sari. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Ikraith-Humaniora*, Vol. 2, No. 2, Maret 2018. Hal 69-76
- Meiriska Febrianti. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Industri Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*. Vol. 14, No. 2, Agustus 2012, Hlm. 141 – 156.
- Nawaf Ahmad Salem AlGhusin. 2015. The Impact of Financial Leverage, Growth, and Size on Profitability of Jordanian Industrial Listed Companies. *Research Journal of Finance and Accounting*. Vol.6, No.16. hal 86-97.
- Ngatemin. 2018. VALUE OF THE FIRM IN CAPITAL STRUCTURE PERSPECTIVE (Case study of tourism companies in Indonesia Stock Exchange). *Sciendo economic*. Vol 6, No 1. Hal 91-103.
- Norma Safitri dan aniek wahyuati. 2015. Pengaruh Struktur Modal Dan Keputusan Investasi Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*. Volume 4, Nomor 2, Februari 2015.
- Robinhot Gultom, Dkk. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. Volume 3, Nomor 01, April 2013.
- Sartono, Agus. 2010. “*Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*”. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Sonny Prasetyo Wibowo. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya*.
- Tui, et. al. Determinants of Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesian Banks. *IRA-International Journal of Management & Social Sciences* ISSN 2455-2267; Vol.07, Issue 01 (2017) Pg. no. 84-95
- Wahyuni, Tri., Endang Ernawati, S.E, M.Si., dan Dr. Werner R. Murhadi, S.E, M.M. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Di Sektor

Property Real Estate & Building Cntruction Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Surabaya*, 2(1), hal : 1-18.

Weston, J.F. dan Brigham, E.F. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Erlangga. Jakarta.

Widarjo, Wahyu dan Setiawan, Doddy. 2009. Pengaruh rasio Keuangan terhadap kondisi financial distress perusahaan otomotif. *Jurnal bisnis dan akuntansi*. Vol XI No. 2. Hal 107-119

William Sucuahi & Jay Mark Cambarihan. 2016. Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines. *Accounting and Finance Research*. Vol. 5, No. 2. Hal 149-154.