

## ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN TEXTILE DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BEI

Muhammad Febri Wijaya  
e-mail: muhammadfebriw6@gmail.com

Dhani Ichsanuddin Nur  
e-mail: dhani\_inur@yahoo.com

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN "Veteran" Jawa Timur, Surabaya)

**ABSTRAK :** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan sebagai faktor yang dipertimbangkan oleh perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan textile dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear menggunakan program SPSS sebagai alat penguji. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu struktur modal dapat memberikan kontribusi dalam penentuan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan tidak dapat memberikan kontribusi dalam penentuan nilai perusahaan. Profitabilitas dapat memberikan kontribusi dalam penentuan nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan dapat memberikan kontribusi terhadap penentuan nilai perusahaan.

**Kata kunci** – Nilai Perusahaan, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

**ABSTRACT :** The purpose of this study is to determine and analyze the effect of capital structure, sales growth, profitability, company size as factors considered by the company on the firm value of textile and garment companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2016 – 2019. This study uses quantitative and qualitative methods. using linear regression analysis using the SPSS program as a testing tool. The results of this study indicate that the independent variable, namely capital structure, can contribute to determining firm value. Sales growth cannot contribute in determining the value of the company. Profitability can contribute in determining the value of the company. While the size of the company can contribute to determining the value of the company.

**Keywords** – Company Value, Capital Structure, Sales Growth, Profitability, Company Size

## PENDAHULUAN

Kondisi Perekonomian menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam industry. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkat kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Industri textile dan garmen di Indonesia saat ini sedang menghadapi tantangan sekaligus menghadapi tekanan ditengah globalisasi dunia perdagangan bebas. Pemberlakuan perjanjian perdagangan bebas antara Indonesia dengan beberapa negara memberikan tekanan cukup berat bagi industri textile nasional khususnya di pasar domestik.

Nilai perusahaan ialah nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2015) yang dipakai untuk menentukan seberapa banyak keuntungan yang didapat dan potensi yang dapat diterima di kemudian hari, serta untuk menentukan bahaya yang muncul dari kemalangan organisasi keuangan yang terdata di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.

Informasi masing-masing nilai perusahaan yang berjumlah 19 perusahaan, pada tahun 2016 sebanyak 7,36%, meningkat pada tahun 2017 sebanyak 42,07%. Kemudian mengalami penurunan di 2018 sebanyak 29,10%. Kemudian mengalami kenaikan lagi pada di 2019 sebanyak 71,31%. Hal ini jelas pada tahun 2016, nilai perusahaan normal ialah 7,36% dan naik lagi sebanyak 42,07% pada tahun 2017. Pada saat itu di tahun 2018 menurun sebanyak 29,10% dan baru-baru ini naik lagi sebanyak 71,31% di tahun 2019.

Fenomena fluktuatif Nilai perusahaan (PBV) menunjukkan risiko perusahaan textile dan garmen yang besar yang memberikan dampak positif, sehingga Nilai perusahaan sudah optimal.

Kesehatan Nilai perusahaan pada industri textile dapat dilihat juga dari seberapa banyaknya Struktur modal. Indikator dalam menghitung risiko hutang pada penelitian ini menggunakan *Debt to Assets Ratio*. Menurut data dilihat bahwa rata-rata *Debt to Assets Ratio* berfluktuatif selama periode 2016-2019. Pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan dalam mengelola struktur modal sebanyak 0,92% dari 87,81% menjadi 88,73%. Pada 2018 mengalami penurunan sebanyak 2,3% dari 88,73% menjadi 86,43%. Mengalami kenaikan lagi pada 2019 sebanyak 0,2% menjadi 86,63%. Semakin tinggi biaya pinjaman bersih yang diperoleh perusahaan, maka semakin tinggi pembayaran terkait dengan sumber daya yang berguna yang diawasi oleh perusahaan, sehingga keuntungan (PBV) perusahaan akan terbangun yang akan berdampak pada semakin baik perusahaan tersebut. Sehingga memiliki pengaruh terhadap *Price Book Value* (PBV).

Selain *Debt to Assets Ratio*, faktor lain yang menentukan tingkat kecukupan suatu perusahaan yang berpengaruh pada Nilai perusahaan dilihat dari Pertumbuhan penjualan yang berpengaruh pada keuntungan perusahaan. Proporsi yang dipakai ialah *Growth of Sales*. Menurut data yang diteliti bahwa rata-rata *Growth of Sales* berfluktuatif selama periode 2016-2019. Pada 2017 mengalami penurunan sebanyak 49,96% dari 54,12% menjadi 4,16%. Pada 2018 mengalami peningkatan sebanyak 5,22% dari 4,16% menjadi 9,38%. Namun pada 2019 mengalami penurunan kembali sebanyak -2,64% menjadi -12,02%. perusahaan yang secara efektif mengurangi biaya operasional bisa mengurangi dampak kerugian, sehingga meningkatkan Penghasilan, serta nilai perusahaan juga meningkat. Semakin besar biaya Penghasilan maka efisiensi perusahaan semakin rendah, sehingga nilai perusahaan semakin kecil. Oleh karena itu *Growth of Sales* harus lebih efisien atau biaya harus lebih

rendah dari Penghasilan operasional yang didapat sehingga mempunyai pengaruh negatif terhadap Penghasilan dan Nilai perusahaan.

Serta ada faktor lain yang berpengaruh pada kesehatan dari perusahaan yang berfokus pada nilai perusahaan, yaitu faktor dari *Profitability*. *Profitability* sendiri menggunakan rasio *Profit Margin*. Menurut data yang telah diteliti bahwa rata-rata *Profit Margin* berfluktuatif selama periode 2016-2019. Pada 2017 mengalami peningkatan sebanyak 0,12% dari 88,09% menjadi 88,21%. Pada 2018 mengalami kenaikan lagi sebanyak 0,77% dari 88,21% menjadi 88,98%. Pada 2019 mengalami kenaikan kembali sebanyak 28,63% menjadi 117,61%. Semakin tinggi rasio *Profit Margin* menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai keahlian untuk mendapatkan keuntungan yang baik, maka rasio *Profit Margin* mempunyai pengaruh positif terhadap laba dan meningkatkan tingkat Nilai perusahaan.

Selain faktor yang telah disebutkan, faktor lainnya yaitu ukuran perusahaan. Untuk mengetahui tingkat ukuran perusahaan pada perusahaan dipakai rasio *Log Natural Assets*. Menurut data yang diteliti rata-rata *Log Natural Assets* berfluktuatif selama periode 2016-2019. Di tahun 2017 mengalami kenaikan sebanyak 0,09% dari 21,79% menjadi 21,88%. Pada 2018 merasakan mengalami penurunan sebanyak 0,02% dari 21,88% menjadi 21,86%. Namun pada 2019 mengalami penurunan kembali sebanyak 0,03% menjadi 21,83%. perusahaan yang secara efektif mengurangi biaya operasional bisa mengurangi dampak kerugian, sehingga meningkatkan Penghasilan, serta nilai perusahaan juga meningkat. Semakin besar biaya Penghasilan maka efisiensi perusahaan semakin rendah, sehingga nilai perusahaan semakin kecil. Oleh karena itu *Log Natural Assets* harus lebih efisien atau biaya harus lebih rendah dari Penghasilan operasional yang didapat sehingga mempunyai pengaruh terhadap Penghasilan dan nilai perusahaan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Nilai Perusahaan**

Perusahaan adalah suatu organisasi yang mengkombinasikan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang dan atau jasa untuk dijual (Hermuningsih, 2013). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Hemastuti, 2014). Rasio yang digunakan adalah *Price Book Value* (PBV) yang mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya.

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku saham biasa}}$$

### **Struktur Modal (X1)**

Struktur modal ialah Rasio struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari hutang jangka panjang dan modal sendiri yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan. Rasio yang digunakan adalah *Debt to Assets Ratio* (DAR)

$$DAR = \frac{\text{Total Hitung}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

### **Pertumbuhan Penjualan (X2)**

Pertumbuhan penjualan ialah rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya didalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum (Fahmi,2012). Rasio pertumbuhan ini yang umum dilihat dari berbagai segi yaitu segi penjualan, earning after tax, laba per lembar saham, harga pasar per lembar saham. Rasio yang digunakan adalah *Growth of Sales*

$$\text{Growth of Sales (X2)} = \frac{\text{PENJUALAN } t - \text{PENJUALAN } t - 1}{\text{PENJUALAN } t - 1} \times 100\%$$

### **Profitabilitas (X3)**

Profitabilitas ialah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Agus Sartono, 2010:122). Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2015:196). Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. *Profir Margin* mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan (Fahmi,2014)

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

### **Ukuran Perusahaan (X4)**

Ukuran Perusahaan ialah suatu skala dimana dapat diklasifikasi besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log, size, nilai pasar saham dan lain-lain. Semakin besar aset maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran hutang dalam perusahaan (Sujarweni,2015). Menurut Ibrahim (2008) ukuran perusahaan adalah gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominal, misalnya jumlah kekayaan dan total penjualan perusahaan dalam satu periode penjualan, maupun kapitalisasi pasar. Pengukuran ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log natural (assets)}$$

## **METODE**

Jumlah populasi dalam pemeriksaan ini ialah semua perusahaan keuangan yang terdata di Bursa Efek Indonesia terdata lebih dari 19 perusahaan. Sampel penelitian ini memakai metode kuantitatif. Dari 19 perusahaan textile dan garmen setelah di seleksi menggunakan kriteria tertentu didapatkan 76 data observasi. Data tersebut terdiri dari 19 perusahaan textile dan garmen dengan 4 tahun penelitian dari 2016 – 2019. Data ini menggunakan informasi tambahan dan merupakan informasi kuantitatif. Sumber informasi dalam pemeriksaan ini ialah laporan tahunan dan laporan keuangan tahunan organisasi perusahaan textile dan garmen yang terdata di Bursa Efek Indonesia periode

2016-2019. Metode yang digunakan yaitu metode dokumentasi, dimana prosedur ini dilakukan dengan mengumpulkan, mencatat dan menelusuri arsip dari laporan keuangan tahunan yang sudah didistribusikan di BEI.

## PEMBAHASAN

### Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 1

Coefficients <sup>a</sup>									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Partial	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	69.502	11.071		6.278	.000			
	X1 = DAR	-.050	.008	-.591	-6.385	.000	.602	.704	1.421
	X2 = LDR	-.005	.002	-.053	-2.181	.031	-.201	.895	1.118
	X3 = CAR	-.007	.006	-.029	-1.055	.294	-.099	.727	1.376
	X4 = BOPO	-.093	.003	-.862	-29.440	.000	-.941	.621	1.611

a. Dependent Variable: Y = ROA

$$PBV = \beta_0 + \beta_1 \text{ DAR} + \beta_2 \text{ Growth of Sales} + \beta_3 \text{ Profit Margin} + \beta_4 \text{ Ukuran Perusahaan} + \mu_i$$

$$PBV = -48,641 + 0,027 \text{ DAR} + 0,034 \text{ Growth of Sales} + 0,043 \text{ Profit Margin} + 1,504 \text{ Ukuran Perusahaan} + \mu_i$$

Mengingat berbagai kondisi regresi linear, sangat baik dapat diklasifikasikan di bawah ini:

- Konstanta ( $\beta_0$ ) = 69,502  
 Nilai konstanta sebanyak 69,502 berarti variabel DAR (X1), *Growth of Sales* (X2), *Profit Margin* (X3) dan Ukuran Perusahaan (X4) ialah nol atau konstan, kemudian nilai ROA meningkat menjadi 69,502.
- Koefisien Regresi DAR (X1) terhadap PBV (Y)  
 Nilai koefisien  $X_1 = -0,050$  yang berarti menunjukkan perubahan searah antara  $X_1$  dengan Y, hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan Struktur modal ( $X_1$ ) satu satuan, variabel Nilai perusahaan (Y) mengalami kenaikan sebesar -0,050 satuan, begitu juga sebaliknya setiap penurunan CR ( $X_1$ ) satu satuan, variabel PBV (Y) mengalami penurunan sebesar -0,050 satuan, dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.
- Koefisien Regresi *Growth of Sales* (X2) kepada PBV (Y)  
 Nilai koefisien  $X_2 = 0,016$  yang berarti menunjukkan perubahan searah antara  $X_2$  dengan Y, hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan *Growth of Sales* ( $X_2$ ) satu satuan, variabel Nilai perusahaan (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,016 satuan, begitu juga sebaliknya setiap penurunan *Growth of Sales* ( $X_2$ ) satu satuan, variabel Nilai perusahaan (Y) mengalami penurunan sebesar 0,016 satuan, dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.
- Koefisien Regresi *Profit Margin* (X3) terhadap PBV (Y)  
 Nilai koefisien  $X_3 = -0,289$  yang berarti menunjukkan perubahan searah antara  $X_3$  dengan Y, hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan *Profit Margin* ( $X_3$ ) satu satuan, variabel Nilai perusahaan (Y) mengalami kenaikan sebesar -0,289 satuan, begitu juga sebaliknya setiap

penurunan *Profit Margin* ( $X_3$ ) satu satuan, variabel Nilai perusahaan (Y) mengalami penurunan sebesar -0,289 satuan, dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

e. Koefisien Regresi Ukuran Perusahaan ( $X_4$ ) terhadap PBV (Y)

Nilai koefisien  $X_4 = -1,509$  yang berarti menunjukkan perubahan searah antara  $X_4$  dengan Y, hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan Ukuran perusahaan ( $X_4$ ) satu satuan, variabel Nilai perusahaan (Y) mengalami kenaikan sebesar -1,509 satuan, begitu juga sebaliknya setiap penurunan Ukuran perusahaan ( $X_4$ ) satu satuan, variabel Nilai perusahaan (Y) mengalami penurunan sebesar -1,509 satuan, dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

**Uji Hipotesis**

**Uji F (Uji Simultan)**

Tabel 2						
ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2560.630	4	640.158	17.742	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2056.698	57	36.082		
	Total	4617.328	61			
a. Dependent Variable: Y = PBV						
b. Predictors: (Constant), $X_4 = \text{Uk.Persh}$ , $X_2 = \text{Growth of Sales}$ , $X_3 = \text{Profit Margin}$ , $X_1 = \text{DAR}$						

Berdasarkan hasil pengujian dengan uji F, menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) =  $0,000 < 0,05$  hal ini dapat disimpulkan bahwa alat analisis regresi berganda yang digunakan sebagai alat analisis dalam model penelitian ini **sudah sesuai** atau layak digunakan sebagai model penelitian dengan tingkat signifikan 0,000.

**Uji T (Uji Parsial)**

Tabel 3									
Coefficients <sup>a</sup>									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.189	.452		20.340	.000			
	$X_1 = \text{NIM}$	.150	.019	.220	8.008	.000	.602	.704	1.421
	$X_2 = \text{LDR}$	-.005	.002	-.053	-2.181	.031	-.201	.895	1.118
	$X_3 = \text{CAR}$	-.007	.006	-.029	-1.055	.294	-.099	.727	1.376
	$X_4 = \text{BOPO}$	-.093	.003	-.862	-29.440	.000	-.941	.621	1.611
a. Dependent Variable: Y = PBV									

Menurut tabel di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Struktur Modal (DAR) berpengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *Textile and Garment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia **dapat diterima**, dengan koefisien sebesar -0,050 dan tingkat sig.  $0,000 < \alpha = 0,05$  dengan hasil **Signifikan (negatif)**.

2. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *Textile and Garment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia **tidak dapat diterima**, dengan koefisien sebesar 0,016 dan tingkat sig.  $0,693 > \alpha = 0,05$  dengan hasil **Non Signifikan (positif)**.
3. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *Textile and Garment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia **dapat diterima**, dengan koefisien sebesar -0,289 dan tingkat sig.  $0,000 < \alpha = 0,05$  dengan hasil **Signifikan (negatif)**.
4. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan *Textile and Garment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia **dapat diterima**, dengan koefisien sebesar -1,509 dan tingkat sig.  $0,000 > \alpha = 0,1$  dengan hasil **Signifikan (negatif)**.

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4							
Model Summary <sup>b</sup>							
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		Durbin-Watson
					R Square Change	Sig. F Change	
1	.745 <sup>a</sup>	.555	.523	6.006864	.940	.000	1.788
a. Predictors: (Constant), X4 = Uk.Persh, X2 =Pertumb Penjualan, X3 = Profitab, X1 = DAR							
b. Dependent Variable: Y = PBV							

Koefisien korelasai berganda (R) = 0,745 yang menunjukkan hubungan antara variabel bebas Struktur modal (X<sub>1</sub>), Pertumbuhan penjualan (X<sub>2</sub>), Profitabilitas (X<sub>3</sub>), dan Ukuran perusahaan (X<sub>4</sub>) dengan Nilai perusahaan (Y) menunjukkan korelasi yang sedang dengan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,555, ini bisa diartikan bahwa variabel Nilai perusahaan (Y) dipengaruhi oleh varian variabel independen Struktur modal (X<sub>1</sub>), Pertumbuhan penjualan (X<sub>2</sub>), Profitabilitas (X<sub>3</sub>), dan Ukuran perusahaan (X<sub>4</sub>) sebesar 55,5%, sedangkan sisanya sebesar 44,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### 1. Pengaruh Struktur Modal Kepada Nilai Perusahaan

Menurut hasil pemeriksaan di atas, struktur modal (X<sub>1</sub>) yang mempunyai hasil yang sangat menguntungkan bagi nilai perusahaan sektor industri dan garmen yang terdata di BEI, sehingga teori struktur modal mempunyai manfaat yang sangat besar pada manfaat dapat diakui. *Debt to Assets Ratio* menunjukkan efek samping dari t hitung -6,385 dan artinya 0,000 dibawah 5% atau 0,05.

Rasio struktur modal merupakan rasio hutang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan aktiva. Struktur modal dalam penelitian ini dapat diukur dapat menggunakan *Debt to Assets Ratio* yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. *Debt to assets ratio* menunjukkan jumlah dana yang disediakan pemegang (kreditor) dengan pemilik perusahaan, dimana *debt to assets ratio* semakin besar akan menunjukkan tingginya ketergantungan permodalan perusahaan terhadap pihak luar sehingga beban usaha semakin berat. Pada dasarnya hutang membawa resiko, karena setiap hutang pada umumnya akan menimbulkan keterikatan yang tetap bagi perusahaan, berupa kewajiban untuk membayar beban bunga dan cicilan kewajiban pokoknya secara periodik. Kewajiban atau hutang bukan sesuatu yang jelek apabila perusahaan tersebut mampu menggunakan hutang secara efektif dan seefisien mungkin karena hal tersebut akan mampu memberikan keuntungan terhadap perusahaan.

## **2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Kepada Nilai Perusahaan**

Investigasi ini menunjukkan Pertumbuhan penjualan ( $X_2$ ) mempunyai konsekuensi yang sangat merugikan terhadap nilai perusahaan sektor industri dan garmen di BEI, sehingga teori pertumbuhan penjualan yang mempunyai manfaat yang sangat besar pada manfaat tidak dapat diterima. Pertumbuhan Penjualan menunjukkan konsekuensi dari  $t$  check sebanyak 0,396 dan artinya 0,693 berada di atas 5% atau 0,05.

Ketidakmampuan pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. 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 sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya. Dengan melihat data penjualan dimasa lalu, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan nilai perusahaan yang ada. Para investorpun bisa menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memproyeksikan keuntungan yang akan diraup perusahaan tersebut dimasa depan. Bagi para kreditor, memantau pertumbuhan penjualan dilakukan sebagai salah satu bukti dari aktivitas pemanfaatan sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan pertumbuhan penjualan tidak menaikkan nilai perusahaan secara signifikan.

## **3. Pengaruh Profitabilitas Kepada Nilai Perusahaan**

Investigasi ini menunjukkan bahwa Profitabilitas ( $X_3$ ) yang memanfaatkan *Profit Margin* berdampak negatif nilai perusahaan sektor industri dan garmen yang terdaftar di BEI. Rasio Profitabilitas menunjukkan konsekuensi dari  $t$  hitung -3,801 dan artinya 0,000 berada dibawah dari 5% atau 0,05.

Rasio profitabilitas merupakan rasio mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan. Profitabilitas ini dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan *profit margin* yang merupakan perbandingan antara penjualan dengan pelanggan. Hal ini salah satunya dapat dilihat dari perolehan profitabilitas selama periode penelitian adalah Polychem Indonesia Tbk mengalami penurunan sebesar 95.97 pada tahun 2017. sedangkan perolehan *price book value* mengalami kenaikan sebesar 3.993 pada tahun 2017. Dengan hasil ini menyatakan bahwa *profit margin* berpengaruh signifikan (negatif) terhadap nilai perusahaan.

Teori signal mengatakan bahwa manajemen perusahaan dalam memberikan petunjuk atau signal yang baik mengenai bagaimana cara pandang manajemen terhadap prospek perusahaan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan (Brigham & Houston, 2006). Hal tersebut dapat dihubungkan dengan rendahnya profit margin, karena semakin rendah rasio tersebut merupakan signal yang menguntungkan bagi investor karena hal ini dapat membuktikan bahwa perusahaan tersebut dalam memperoleh pendanaannya lebih memanfaatkan nilai perusahaan meningkat daripada profitabilitas menurun. Tentunya hal ini akan menambah nilai perusahaan perusahaan.

#### **4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Penelitian ini menunjukkan Ukuran Perusahaan (X4) yang mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri dan garmen yang ada di BEI, sehingga hipotesis Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Ukuran Perusahaan menunjukkan hasil t hitung sebanyak -5,997 dan signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 5% atau 0,05.

Hasil ini tidak sesuai dengan jurnal Bela Febriana (2017), dan Bhukti Fitri (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Teori signal mengatakan bahwa manajemen perusahaan dalam memberikan petunjuk atau signal yang baik mengenai bagaimana cara pandang manajemen terhadap prospek perusahaan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan (Brigham & Houston, 2006). Hal tersebut dapat dihubungkan dengan rendahnya ukuran perusahaan, karena semakin rendah rasio tersebut merupakan signal yang menguntungkan bagi investor karena hal ini dapat membuktikan bahwa perusahaan tersebut dalam memperoleh pendanaan lebih memanfaatkan nilai perusahaan meningkat daripada ukuran perusahaan menurun. Tentunya hal ini akan menambah nilai perusahaan perusahaan.

#### **KESIMPULAN**

Menurut hasil di atas bisa ditarik simpulan dibawah ini Struktur Modal dapat memberikan kontribusi terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan textile dan garmen di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menjelaskan tinggi rendahnya tingkat *Debt to Assets Ratio* memberikan kontribusi terhadap *Price Book Value*. Apabila perusahaan mempunyai tingkat *Debt to Assets Ratio* yang tinggi maka, perusahaan mengalami keuntungan/laba yang tinggi juga. Pertumbuhan Penjualan tidak dapat memberikan kontribusi terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan textile dan garmen di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menjelaskan ketidakmampuan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan dimasa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan dimasa depan. Profitabilitas dapat memberikan kontribusi terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan textile dan garmen di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menjelaskan tinggi rendahnya tingkat *Profit Margin* memberikan kontribusi terhadap *Price Book Value*. Apabila perusahaan mempunyai tingkat *Profit Margin* yang tinggi maka, perusahaan mengalami keuntungan/laba yang tinggi juga. Ukuran Perusahaan memberikan kontribusi terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan textile dan garmen di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menjelaskan tinggi rendahnya tingkat *Log Natural Assets* perusahaan memberikan kontribusi terhadap *Price Book Value*. Apabila perusahaan mempunyai efisiensi *Log Natural Assets*, maka perusahaan mengalami keuntungan yang tinggi. Secara simultan ke empat variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan maupun non signifikan terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan textile dan garmen.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang perlu diperbaiki. Penelitian ini hanya menggunakan 4 faktor yaitu Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan yang berpengaruh pada Nilai Perusahaan dari banyaknya rasio atau variabel yang bisa berpengaruh pada Nilai Perusahaan. Juga penelitian ini hanya 4 tahun periode penelitian. Sehingga saran untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel dan periode penelitian yang panjang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agus Sartono (2010). Manajemen keuangan teori dan aplikasi (edisi ke-4). Yogyakarta: BPFE.
- Bela Febriana Fista dan Dini Widyawati (2017). Pengaruh kebijakan Dividen, pertumbuhan, penjualan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- Bhekti Fitri Prasetyorini (2013). Pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, *price earning ratio*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- Brigham, E.F, dan Houston, J.F (2006). Dasar-dasar Manajemen keuangan. (edisi ke-10). Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi (2012). Analisis Laporan Keuangan. Bandung : Alfabeta.
- Fahmi (2014). Manajemen keuangan perusahaan dan pasar modal. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Harmono (2015). Manajemen Keuangan berbasis scorecard. Pendekatan teori, kasus, dan riset bisnis. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermuningsih (2013). Pengaruh profitabilitas, *growth opportunity*, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan publik di Indonesia.
- Hemastuti (2014). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi, dan Kepemilikan Insider Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*. Vol.3. No.4.
- Ibrahim (2008). Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya. Jakarta: Mandar Maju.
- Kasmir (2015). Analisis laporan keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Surwajeni (2015). Metodologi penelitian. Yogyakarta: Pustakapress