

DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2020

N.W.R Sari¹, I.G.A.P Yudiantara²

^{1,2}Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha, Kota Singaraja
e-mail: rtnasarii@gmail.com, agus.yudiantara@undiksha.ac.id

Abstrak

Salah satu tujuan didirikannya suatu entitas ialah mampu memaksimalkan nilai entitas. Riset ini bertujuan guna menguji pengaruh *collateralizable assets*, *research and development* serta pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam riset ini ialah semua entitas sektor industri barang konsumsi yang terdata di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2017-2020 sebanyak 66 entitas. Teknik yang dipakai untuk menentukan sampel dalam riset ini memakai metode *purposive sampling*, dengan sampel berjumlah 56 sampel (14 perusahaan dengan 4 tahun pengamatan). Metode yang dipakai untuk mengumpulkan data ialah metode dokumentasi. Data diolah dengan aplikasi SPSS versi 25.0. Hasil riset ini memperoleh bahwa *collateralizable assets* serta *research and development* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, akan tetapi pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *collateralizable assets*, *research and development*, pertumbuhan penjualan, nilai perusahaan.

Abstract

One of the objectives of establishing a company is to be able to increase the value of the company. The study aims to determine the effect of *collateralizable assets*, *research and development* and sales growth on firm value. The population in this study was all consumer goods industry companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2017-2020 which amounts to 66 companies. The sampling technique in this study used a *purposive sampling* method, with a sample of 56 sample (14 companies with 4 years of observation). The data collection method used the documentation method. The data was processed used SPSS version 25.0. The result of the study found that *collateralizable assets*, *research and development* a partially positive and significant effect on the firm value, while sales growth no effect on the firm value.

Keywords : *collateralizable assets*, *research and development*, sales growth, firm value.

1. Pendahuluan

Pasar modal merupakan wadah yang digunakan untuk memperjual belikan instrumen keuangan dalam jangka panjang, baik surat hutang (obligasi), ekuiti (saham), reksadana ataupun alat derivatif, yang diciptakan oleh pemerintah, *public authorities* ataupun pihak swasta. Pasar modal yang digunakan untuk penjualan dana dalam satu lembaga resmi yaitu Bursa Efek Indonesia. Entitas yang telah *go public* atau yang telah terdata di Bursa Efek Indonesia bisa membeli dan menjual efeknya (Zulkarnain, 2017).

Pasar modal di Indonesia terus berkembang dengan sangat cepat setiap periodenya. Ini terbukti dengan terus meningkatnya jumlah investor pada pasar modal setiap tahunnya.

Tabel 1.1
Data Jumlah Investor Pasar Modal

Tahun	Jumlah	Persentase Kenaikan
2017	1.122.668	25,56%
2018	1.619.372	44,24%
2019	2.484.354	53,41%
2020	3.022.366	21,66%

Sumber : Data diolah peneliti 2021

Peran Pasar modal bagi perekonomian Indonesia sangatlah penting, sebab seiring dengan berkembangnya zaman, perekonomian akan semakin modern. Dalam perekonomian modern, pasar modal menjadi pusat finansial. Perekonomian modern tidak akan mampu berjalan apabila pasar modal tidak ada yang memiliki daya saing global (OJK, 2016). Selain itu pasar modal penting karena pasar modal memiliki enam fungsi yaitu yang pertama digunakan untuk sarana pembiayaan bisnis atau alat yang digunakan oleh perusahaan guna memperoleh uang dari para penanam modal. Kedua untuk alat pemerataan pendapatan yang dilihat dari jumlah saham yang sudah diperoleh dan memberikan deviden atau pembagian keuntungan untuk entitas. Ketiga sebagai sarana peningkatan kapasitas produksi perusahaan, keempat untuk alat dalam menciptakan tenaga kerja karena dengan adanya pasar modal akan merujuk pada muncul serta berkembangnya industri. Kelima sebagai sarana peningkatan pendapatan negara hal ini terjadi karena ketika dilakukan pembagian deviden kepada para pemegang saham akan dipungut biaya pajak oleh pemerintah Negara. Dan yang keenam untuk indikator dalam perekonomian Negara karena kegiatan serta volume penjualan ataupun pembelian di pasar modal yang terus mengalami kenaikan akan memberikan dampak bahwa kegiatan usaha dalam suatu entitas dapat terlaksana dengan maksimal (Muklis, 2016). Selain ingin mendapatkan laba yang besar, memaksimalkan kekayaan bagi para investor dan memaksimalkan nilai suatu entitas merupakan tujuan yang ingin diperoleh suatu entitas.

Nilai perusahaan ialah nilai yang ada dipasaran dari keseluruhan elemen keuangan yang dimiliki oleh perusahaan yang harus dibayar oleh para calon pembeli ketika entitas dijual serta hal ini akan terlihat dari harga saham entitas tersebut. Dapat disimpulkan, nilai perusahaan juga dikatakan sebagai pandangan investor ataupun masyarakat umum pada entitas yang dilihat dari harga saham entitas (Kweon, 2008). Menurut (Jumiari & Julianto, 2017) nilai perusahaan adalah suatu hal yang memperlihatkan kondisi suatu entitas yang bisa diperhatikan secara lebih luas. Ada hal penting yang menjelaskan nilai perusahaan memiliki peranan penting, ketika nilai dalam suatu perusahaan mengalami kenaikan maka tingkat kemakmuran para pemegang saham itu. Nilai perusahaan menjadi hal yang utama bagi entitas sebab memperlihatkan kinerja perusahaan, yang dimana hal ini akan mampu menggambarkan kondisi entitas saat ini serta mampu memberikan pengaruh pandangan investor terhadap perusahaan. Selain itu menurut (Noviani et al., 2017) nilai perusahaan mampu memberikan kenyamanan bagi para investor secara maksimal ketika harga saham entitas mengalami peningkatan. Semakin meningkat harga saham, maka akan semakin meningkat pula kenyamanan pemegang saham. Dengan nilai perusahaan yang bagus akan menyebabkan para investor semakin berminat untuk menanamkan modalnya di perusahaan (Hermuningsih, 2012).

Peningkatan nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari pihak perusahaan ataupun investor tetapi juga harus memperhatikan dari segi kreditor (pemberi pinjaman). Pada saat kreditor akan memberikan pinjaman dana kepada perusahaan ia pasti akan meminta jaminan pada perusahaan berupa aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Helmina & Hidayah, 2017). Hal ini sangat berkaitan dengan *signalling theory*. *Signalling Theory* merupakan sinyal atau petunjuk yang diberikan oleh pihak manajemen kepada para investor tentang bagaimana kinerja dan cara pandang pihak manajemen perusahaan dalam melihat prospek perusahaan kedepannya. Dengan hal ini pihak investor akan mampu melihat prospek perusahaan dari kinerja yang sudah disampaikan oleh pihak manajemen perusahaan. Berdasarkan sinyal ini, investor akan mampu memperhatikan entitas yang mempunyai nilai perusahaan yang tinggi ataupun rendah (Brigham & Houston, 2014). Berdasarkan teori sinyal faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *collateralizable assets*.

Collateralizable assets ialah salah satu faktor yang bias menyebabkan nilai perusahaan. sebab apabila jumlah aset terus meningkat dapat dijadikan jaminan oleh perusahaan kepada kreditor menandakan bahwa perusahaan mempunyai kemampuan yang maksimal dalam membayar lunas pinjamannya kepada kreditor, sehingga bisa dijelaskan bahwa entitas mempunyai sistem kredit yang bagus. akan bias memikat keinginan pemegang saham untuk melaksanakan investasi dalam entitas karena investor bisa menilai bahwa entitas tersebut mempunyai resiko investasi yang rendah. Ketika jumlah investor semakin

meningkat akan mampu memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan sinyal positif ini para calon investor akan tertarik untuk melakukan penanaman modalnya di perusahaan dengan begitu hal ini dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Entitas yang memiliki *collateralizable assets* yang besar akan mampu tumbuh dan berkembang lebih cepat daripada perusahaan yang lain. *Collateralizable assets* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa ketika tingginya *collateralizable assets* yang dimiliki oleh entitas maka akan mampu menaikkan nilai dari entitas itu sendiri (Zulkarnain, 2017). Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan variabel ini karena *collateralizable assets* dari 10 perusahaan sektor industri barang konsumsi menunjukkan hasil yang tidak stabil setiap tahunnya. Sebagian besar perusahaan memiliki nilai *collateralizable assets* yang naik turun setiap tahun, padahal *collateralizable assets* yang baik yaitu yang selalu mengalami peningkatan setiap tahun.

Tabel 1.2
Data *Collateralizable Assets* Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Nama	Tahun		
	2017	2018	2019
IIKP	31,25%	30,54%	21,79%
UNVR	55,12%	54,43%	51,89%
GGRM	32,06%	32,93%	32,26%
INDF	44,67%	43,90%	44,77%
HMSP	15,97%	15,63%	14,33%
ICBP	25,68%	31,25%	29,30%
WOOD	43,71%	42,12%	42,84%
KLBF	32,15%	34,45%	37,83%
KAEF	28,52%	29,26%	59,56%
HOKI	29,42%	34,71%	41,70%

Sumber : Data diolah peneliti 2021

Melihat perkembangan ekonomi dengan berbasis Ilmu pengetahuan, kesejahteraan suatu entitas akan bergantung pada terciptanya suatu perubahan serta kapitalisasi dari pengetahuan yang ada. Ilmu pengetahuan serta teknologi mempunyai tugas penting ketika pengelolaan entitas. Dengan adanya hal tersebut, perusahaan dituntut untuk mampu melakukan suatu perubahan terhadap produknya agar bisa tetap bertahan dan berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan lainnya seiring berkembangnya isu-isu dalam bidang ekonomi serta bisnis. Hal ini sangat berkaitan dengan *signalling theory*.

Signalling Theory merupakan sinyal atau petunjuk yang diberikan oleh pihak manajemen kepada para investor tentang bagaimana kinerja dan cara pandang pihak manajemen perusahaan dalam melihat prospek perusahaan kedepannya. Dengan hal ini pihak investor akan mampu melihat prospek perusahaan dari kinerja yang sudah disampaikan oleh pihak manajemen perusahaan. Berdasarkan sinyal ini, investor akan mampu memperhatikan entitas yang mempunyai nilai perusahaan yang tinggi ataupun rendah (Brigham & Houston, 2014). Berdasarkan teori sinyal faktor lain yang menyebabkan nilai perusahaan ialah *research and developemnt*. Menurut (Sugiyono, 2013) *research and development* ialah kegiatan yang dilaksanakan oleh entitas dengan tujuan guna membuat produk dan proses yang baru atau mengubah barang yang telah ada serta mendapatkan ilmu baru yang dapat mendatangkan keuntungan dikemudian hari. *Research and development* pada perusahaan ialah hal yang sangat penting dari suatu entitas dalam hal untuk mewujudkan produk-produk baru yang diperlukan oleh pasar.

Menurut (Zhu & Huang, 2012) kegiatan *research and development* akan mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Karena entitas yang melaksanakan aktivitas *research and development* akan mampu mewujudkan barang yang lebih memiliki kebaruan yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta sesuai dengan transformasi teknologi dibandingkan dengan entitas yang tidak melaksanakan aktivitas *research and development*. (Muis, 2019) menjelaskan bahwa *research and development* berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan. Akan tetapi menurut (Pratama, 2020) menjelaskan bahwa *research and development* tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Artinya bahwa dengan perusahaan melaksanakan *research and development* terhadap produknya maka akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Penulis tertarik melakukan riset dengan menggunakan variabel ini sebab dari 66 entitas sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hanya 14 entitas yang terdapat biaya *research and development*. Hal ini menandakan bahwa masih sedikit entitas yang melakukan inovasi inovasi produk setiap tahunnya. Padahal inovasi produk ialah hal yang sangat penting bagi entitas untuk menunjukkan keunggulan-keunggulan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

Perusahaan harus terus tumbuh agar mampu meningkatkan nilai perusahaan, selain itu hal ini juga berkaitan dengan *signalling theory*. *Signalling Theory* merupakan sinyal atau petunjuk yang diberikan oleh pihak manajemen kepada para investor tentang bagaimana kinerja dan cara pandang pihak manajemen perusahaan dalam melihat prospek perusahaan kedepannya. Dengan hal ini pihak investor akan mampu melihat prospek perusahaan dari kinerja yang sudah disampaikan oleh pihak manajemen perusahaan. Berdasarkan sinyal ini, investor akan mampu memperhatikan entitas yang mempunyai nilai perusahaan yang tinggi ataupun rendah (Brigham & Houston, 2014). Berdasarkan teori sinyal faktor yang paling akhir bisa memberikan pengaruh pada nilai perusahaan ialah pertumbuhan penjualan.

Penjualan adalah perjanjian antara dua belah pihak, baik itu dari penjual dan pembeli yang mencerminkan bahwa hak dari barang yang awalnya berasal dari penjual berpindah ke pembeli dengan imbalan memberikan hak berupa uang kepada penjual (Arta et al., 2020). Menurut (Agus, 2010) pertumbuhan penjualan ialah kondisi meningkat atau menurunnya jumlah penjualan setiap tahunnya. Pertumbuhan penjualan yang besar bias memaksimalkan pendapatan serta laba perusahaan karena laba perusahaan yang besar bisa dijadikan sarana untuk memikat keinginan para pemegang saha untuk berinvestasi pada entitas, dengan demikian permintaan akan saham juga akan mengalami kenaikan serta dapat memberikan pengaruh pada peningkatan harga saham. Dengan tingginya harga saham entitas maka laba yang diperoleh juga akan mengalami peningkatan. Peningkatan laba perusahaan akan mampu meningkatkan nilai perusahaan (Waskito & Faizah, 2021).

Investor akan memanfaatkan pertumbuhan penjualan sebagai petunjuk guna menilai bagaimana nilai dari perusahaan. Dengan hal ini pertumbuhan penjualan yang terus mengalami peningkatan akan mendatangkan sinyal baik bagi perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Maka dari itu pertumbuhan penjualan sangat penting bagi perusahaan (Lingga, 2019). (Wijaya, 2019) memaparkan bahwa pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi menurut (Helmina & Hidayah, 2017) memaparkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa dengan tingginya pertumbuhan penjualan perusahaan akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, peneliti tertarik menggunakan sektor industri barang konsumsi dari tahun 2017-2020 karena sektor industri barang konsumsi pada November 2019 mengalami penurunan sebesar 19,31% dan dinilai sebagai sektor dengan indeks yang paling terpuruk per November 2019. Hal ini terjadi karena penurunan konsumsi masyarakat yang tercermin dari Survei Penjualan Eceran (SPE), Bank Indonesia (BI) per September 2019.

Besarnya jumlah aset yang dijadikan sebagai jaminan kepada kreditor disebut dengan *collateralizable assets* (Helmina & Hidayah, 2017). *Collateralizable assets* ialah salah satu faktor yang bisa memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Karena *collateralizable assets* yang tinggi akan mampu menurunkan konflik antara investor dengan pihak kreditor dengan demikian akan mampu memberikan sinyal positif kepada pemegang saham lain untuk berinvestasi pada entitas. Dengan sinyal positif ini para calon investor akan tertarik untuk melakukan penanaman modalnya pada perusahaan sehingga hal tersebut akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Perusahaan yang mempunyai *collateralizable assets* serta akses pembiayaan akan mampu tumbuh dan berkembang secara cepat dibandingkan dengan perusahaan yang lain (Biggs, 2006). Hal tersebut berarti bahwa dengan tingginya *collateralizable assets* yang dipunyai oleh entitas akan mencerminkan bahwa entitas

mempunyai aset yang banyak untuk dijaminan kepada kreditor sehingga dengan tingginya aset yang dimiliki entitas maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan. Berdasarkan riset yang dilaksanakan oleh (Zulkarnain, 2017) memaparkan bahwa *collateralizable assets* secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari penjelasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam riset ini adalah :

H₁: *Collateralizable Assets* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Research and development ialah aktivitas yang dilaksanakan oleh suatu entitas dengan tujuan guna membuat produk/barang dan proses yang baru atau memperbaiki barang yang telah tersedia dan mendapatkan ilmu baru yang bisa mendatangkan manfaat dimasa depan. *Research and development* pada entitas ialah suatu hal yang sangat penting dalam suatu pabrik dalam hal untuk mewujudkan barang baru yang diperlukan oleh pasar (Sugiyono, 2013). Menurut (Zhu & Huang, 2012) kegiatan *research and development* akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena entitas yang melaksanakan aktivitas *research and development* akan mampu mendatangkan produk yang lebih inovatif/terbaru sesuai dengan apa yang dibutuhkan dipasaran serta sesuai dengan perkembangan teknologi dibandingkan dengan entitas yang tidak melaksanakan aktivitas *research and development*.

Dengan produk yang inovatif tentu akan menarik minat para investor untuk melaksanakan penanaman modal, sehingga akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Artinya bahwa perusahaan seharusnya selalu melakukan *research and development* terhadap produknya agar perusahaan mampu terus berinovasi dan dengan inovasi dari produk perusahaan maka akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan riset yang dilaksanakan oleh (Kurniawan & Mertha, 2016) menjelaskan bahwa *research and development* berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan dan (Mahdita, 2016) juga menyatakan bahwa *research and development* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari penjelasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam riset ini adalah:

H₂: *Research and Development* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pertumbuhan penjualan ialah peningkatan atau penurunan jumlah penjualan setiap tahunnya (Agus, 2010). Pertumbuhan penjualan yang besar bisa memaksimalkan pendapatan serta laba suatu entitas sebab laba entitas yang besar dapat menjadi sinyal yang baik untuk memikat keinginan pemegang saham untuk berinvestasi pada entitas, dengan begitu permintaan akan saham juga akan meningkat dan akan berpengaruh terhadap peningkatan harga saham (Waskito & Faizah, 2021).

Dengan tingginya laba yang dihasilkan oleh perusahaan, maka akan mampu mencerminkan baiknya kinerja pemasaran dari perusahaan serta keahlian suatu perusahaan dalam bersaing di pasar modal. Perusahaan yang mempunyai pertumbuhan penjualan yang meningkat tentu secara otomatis akan memiliki nilai perusahaan yang bagus. Artinya bahwa perusahaan yang mempunyai pertumbuhan penjualan yang baik atau selalu meningkat akan mampu mencerminkan bahwa pendapatan perusahaan yang selalu meningkat dan mencerminkan baiknya perusahaan dengan begitu nilai dari perusahaan juga akan tinggi. Hasil riset yang dilaksanakan oleh (Wijaya, 2019) memaparkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Fista & Widyawati, 2017) juga memaparkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari penjelasan tersebut, maka hipotesis yang digunakan dalam riset ini adalah :

H₃: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uraian di atas dan dengan riset sebelumnya memperlihatkan hasil yang berbeda terhadap variabel yang diuji sehingga penulis ingin melaksanakan pengujian kembali terkait variabel tersebut. Sehingga penulis tertarik untuk melaksanakan riset yang berjudul "Determinan Nilai Perusahaan Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang terdata Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020". Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari riset ini ialah yang pertama untuk melakukan pengujian apakah terdapat pengaruh *collateralizable assets* terhadap nilai perusahaan, kedua untuk melakukan pengujian apakah terdapat pengaruh *research and development* terhadap nilai

perusahaan serta ketiga untuk melakukan pengujian apakah terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

2. Metode

Dilakukannya penelitian ini ialah pada sektor industri untuk barang konsumsi yang terdata di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020. Riset ini merupakan riset kuantitatif kausal. Kuantitatif kausal merupakan penelitian yang dapat memberi gambaran terkait generalisasi atau dapat memberikan penjelasan terkait hubungan antara sebab dengan akibat terhadap dua variabel dalam beberapa variabel lainnya (Sugiyono, 2013). Subjek yang dipergunakan dalam riset ini ialah perusahaan pada sektor industri untuk barang konsumsi yang telah ada daftarnya di BEI pada tahun 2017-2020. Objek penelitiannya ialah *collateralizable assets*, *research and development*, pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan.

Populasi pada riset ini ialah keseluruhan entitas pada sektor industri untuk barang konsumsi yang datanya telah terdaftar pada BEI di tahun 2017-2020 dengan jumlah yaitu 66 perusahaan. teknik pengambilan sampelnya ialah *porpusive sampling*. Berdasarkan kriteria yang dipergunakan, sampelnya yang diperoleh ialah berjumlah 14 perusahaan. Dari jumlah tersebut dikalikan dengan tahun observasi yaitu empat tahun sehingga jumlahnya adalah sebanyak 56 sampel. Data dalam riset ini berasal dari data sekunder yang didapatkan melalui laporan keuangan yang dipublikasikan oleh suatu entitas sektor industri untuk barang konsumsi yang terdata di BEI tahun 2017-2020 yang diakses melalui (Bursa Efek Indonesia, 2021).

Penganalisisan data yang bisa dilakukan ialah mempergunakan teknik yaitu analisis regresi linier berganda dikarenakan untuk melaksanakan pengujian pengaruh *collateralizable assets*(X_1), *research and development*(X_2) dan pertumbuhan penjualan (X_3) terhadap nilai perusahaan. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan tahapan yaitu : (1) pengujian asumsi klasik, yang terbagi atas (a) pengujian normalitas, (b) pengujian multikolinieritas, (c) pengujian heteroskedastisitas dan (d) pengujian autokorelasi. (2) pengujian hipotesis yang terdiri dari (a) analisis regresi linear berganda dan (b) pengujian statistik t. (3) koefisien determinasi. Dalam proses pengolahan datanya dengan penggunaan bantuan program SPSS 25.0 (*Statistical Product and Service Solution*) for Windows.

3. Hasil dan Pembahasan

Sebelum data diuji hipotesis, data terlebih dahulu diuji asumsi klasiknya untuk dapat mengetahui apakah kondisi datanya dalam keadaan normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui kenormalan distribusi data. Berikut hasil uji normalitas.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Data

N	56
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,067

Sumber : Data Sekunder, diolah 2021

Berdasarkan tabel 1. terlihat bahwa dari nilai signifikan sebesar $0,067 > 0,05$. Hal ini dapat memperlihatkan hasil datanya secara normal terdistribusi.

Pengujian multolinieritas dilaksanakan guna memperlihatkan ada tidaknya suatu korelasi diantara variabel independen penelitian. Berikut ini hasil uji multikolinieritas.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
<i>Collateralizable Assets</i>	0,994	1,007
<i>Research and Development</i>	0,964	1,037
Pertumbuhan Penjualan	0,959	1,043

Sumber : Data Sekunder, diolah 2021

Dilihat dari tabel 2. dapat diketahui nilai dari tolerancenya ialah > 0,10 dan nilai dari VIFnya ialah <10 maka dari itu dapat ditarik simpulan dalam suatu model regresi ini tidak terdapat adanya multikolinieritas.

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan mengetahui adakah terjadinya ketidaksamaan varians padasuatu model regresi. Berikut ini merupakan hasil dari pengujian heterokedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (2-tailed)
<i>Collateralizable Assets</i>	0,229
<i>Research and Development</i>	0,984
Pertumbuhan Penjualan	0,601

Sumber: Data Sekunder, diolah 2021

Melalui tabel 3. terlihat bahwa nilai dari sig. (2-tailed) > 0,05. Hal ini menandakan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi suatu heteroskedastisitas.

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi kesalahan pengujian pada waktu sebelumnya. Berikut ini hasil uji autokorelasi.

Tabel 4. Hasil Pengujian Autokorelasi

Durbin Watson	d_l	d_u	$4-d_u$	$4-d_l$
1,759	1,4581	1,6830	2,317	2,5419

Sumber: Data Sekunder, diolah 2021

Melalui tabel 4. dapat diketahui yaitu $d_u < d < 4-d_u$. Hal tersebut menandakan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi suatu autokorelasi.

Analisis regresi linear bergandamemiliki tujuan guna mengetahui bagaimana arah dari hubungan antar variabel independen dengan variabel dependennya apakah memiliki hubungan yang bersifat positif ataupun negatif. Berikut hasil output koefisien variabel independen.

Tabel 5. Koefisien

Variabel	Koefisien
<i>Constans</i>	0,039
<i>Collateralizable Assets</i>	0,041
<i>Research and Development</i>	37,606
Pertumbuhan Penjualan	-0,013

Sumber : Data Sekunder, diolah 2021

Berdasarkan tabel 5. dapat dilakukan penyusunan persamaan regresinya sebagai berikut.

$$Y = 0,039 + 0,041X_1 + 37,606X_2 - 0,013X_3 + \varepsilon \quad (1)$$

Persamaan tersebut berarti bahwa nilai konstan pada persamaan regresi sebesar 0,039, jika variabel independen dianggap konstan ($X = 0$) maka dari itu variabel dependennya sebesar 0,039.

Pengujian statistik t digunakan guna mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial ataupun individu. Berikut hasil uji.

Tabel 6. Hasil Pengujian t

Variabel	t-tabel	t-hitung	sig
<i>Collateralizable Assets</i>	1,67469	3,197	0,002
<i>Research and Development</i>	1,67469	2,262	0,028
Pertumbuhan Penjualan	1,67469	-0,999	0,344

Sumber: Data Sekunder, diolah 2021

Dilihat dari tabel 6. diketahui bahwa X_1 dan X_2 nilai t-hitung > nilai t-tabel. Hal tersebut memberikan arti bahwa variabel independen secara individu dapat memengaruhi variabel dependen. Kesimpulan tersebut didukung dengan nilai sig < 0,05. Namun untuk X_3 nilai t-hitung < t-tabel. Hal tersebut mempunyai arti bahwa variabel independen secara individu tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Kesimpulan tersebut didukung dengan nilai sig > 0,05.

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan guna memperlihatkan persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi (R^2).

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,494	0,245	0,201

Sumber : Data Sekunder, diolah 2021

Dilihat dari tabel 7. diketahui nilai dari *Adjusted R Square* 0,201. Hal tersebut memiliki arti bahwa persentase pengaruh yang dihasilkan variabel independen terhadap variabel dependen adalah 20,1%, sedangkan 79,9% diberikan pengaruh oleh faktor lain yang tidak di bahas padariset ini.

Ditinjau melalui hasil penelitian yang diperoleh dari penganalisisan regresi linear berganda, memperlihatkan bahwa nilai dari t-hitung (3,197) > t-tabel (1,67469) dengan *p-value* (0,002) < alpha (α) 0,05, yang menandakan bahwa *collateralizable assets* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memperlihatkan bahwa aset yang dijadikan jaminan oleh perusahaan kepada kreditor jumlahnya semakin banyak, perusahaan mampu dalam pelunasan pinjamannya kepada kreditor, sehingga bisa dikatakan bahwa sistem kredit pada perusahaan kondisinya baik. Perusahaan yang mempunyai sistem kredit yang baik akan dapat memikat minat dari parapemegang saham untuk melakukan investasi pada entitas dikarenakan para investor bisa menilai bahwa perusahaan tersebut mempunyai resiko investasi yang tergolong rendah. Semakin banyaknya investor yang melakukan investasi pada suatu perusahaan maka nilai dari perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Hasil dari riset ini sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh (Titman & Wessels, 1988) yang mengatakan bahwa aset yang semakin tinggi yang dimiliki oleh perusahaan untuk dijadikan jaminan oleh perusahaan kepada kreditor maka akan dapat memperkecil masalah kepentingan yang timbul antara pemegang saham dengan kreditor, sehingga hal ini akan mampu meningkatkan nilai dari perusahaan. Hasil riset ini juga searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zulkarnain, 2017) yang menemukan bahwa *collateralizable assets* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ditinjau dari hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linear berganda memperlihatkan bahwa nilai t-hitung (2,262) > t-tabel (1,67469) dengan *p-value* (0,028) < alpha (α) 0,05, yang menandakan bahwa *research and development* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang selalu melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada atau berinovasi pada produk baru, memperlihatkan bahwa perusahaan mempunyai produk yang lebih inovatif dan dapat bersaing dengan produk dari perusahaan yang lain. Hal tersebut dapat

menyebabkan produk perusahaan lebih diminati oleh masyarakat, dengan begitu akan dapat memaksimalkan nilai dari perusahaan. Riset ini sesuai dengan teori yang dikemukakan (Zhu & Huang, 2012) yang mengatakan bahwa *research and development* mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena perusahaan yang melaksanakan kegiatan *research and development* akan mampu menghasilkan produk yang lebih inovatif yang sesuai dengan yang dibutuhkan pasar dan sesuai dengan teknologi yang berkembang dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan kegiatan *research and development*. Dengan produk yang inovatif tentu akan menarik minat para investor untuk melakukan investasi dan hal ini juga akan menjadi suatu sinyal yang baik untuk memberi peningkatan pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan & Mertha, 2016) yang menemukan bahwa *research and development* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ditinjau dari hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linear bergandamenunjukkan bahwa nilai t-hitung $(-0,999) > t\text{-tabel } (1,67469)$ dengan $p\text{-value } (0,334) > \alpha (\alpha) 0,05$, yang menandakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini memperlihatkan bahwa meningkat atau menurunnya penjualan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi periode 2017-2020 tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena melonjaknya beban yang mengakibatkan laba mengalami penurunan meskipun penjualan perusahaan mengalami pertumbuhan, dimana hal tersebut akan berpengaruh terhadap harga saham. Penelitian ini mengindikasikan bahwa pada saat penjualan mengalami pertumbuhan tidak diikuti dengan kenaikan harga saham, dimana harga saham merupakan komponen penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya hal ini investor tidak bisa mengandalkan pertumbuhan penjualan sebagai pertimbangan investasi. Penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Waskito & Faizah, 2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat meningkatkan pendapatan atau laba perusahaan karena laba yang tinggi pada suatu perusahaan dapat menjadi sinyal oleh perusahaan guna membuat investor tertarik dan berminat dalam berinvestasi di perusahaan, sehingga saham yang diminta juga akan mengalami peningkatan dan akan memberi pengaruh terhadap peningkatan harga saham. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Herawati, 2017) yang menemukan bahwa pertumbuhan dari penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. Simpulan dan Saran

Berdasarkan data yang diperoleh serta dianalisis oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa *collateralizable assets* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri untuk barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020. Nilai perusahaan yang semakin tinggi dapat dipengaruhi oleh aset yang tinggi pula yang dijadikan sebagai jaminan kepada kreditor oleh entitas sektor industri barang konsumsi yang terdata di BEI tahun 2017-2020. *Research and development* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan dipengaruhi oleh inovasi yang dilakukan terhadap produk-produk yang dihasilkan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020. Pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan tidak disebabkan oleh naik atau turunnya pertumbuhan penjualan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020.

Berdasarkan simpulan dan temuan riset, penelitian ini memiliki keterbatasan yang nantinya bisa digunakan sebagai bahan perbaikan untuk peneliti selanjutnya. Peneliti memiliki beberapa saran, yaitu (1) Bagi pihak perusahaan sektor industri barang konsumsi diharapkan dapat meningkatkan *collateralizable assets* yang sesuai untuk dijadikan jaminan kredit agar keperluan akan dana direspon positif oleh pihak investor, serta meningkatkan *research and development* agar perusahaan mampu membuat produk yang inovatif sehingga perusahaan bisa terus berkembang, serta pihak perusahaan harus lebih memperhatikan tingkat penjualan perusahaan dari tahun ke tahun agar penjualan

perusahaan bisa terus stabil dan konsisten sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan, (2) penelitian selanjutnya diharapkan bisa melakukan penelitian secara lebih lanjut terkait variabel pertumbuhan penjualan dengan memakai subjek penelitian yang berbeda, memperbanyak sampel penelitian dan memperpanjang periode pengamatan, agar bisa memperluas penelitian ini dan dapat dijadikan bahan dalam mempertimbangkan hasil penelitian. Selain itu penelitian selanjutnya juga diharapkan bisa melakukan pengembangan dari penelitian ini, dengan menambahkan variabel-variabel lainnya seperti variabel likuiditas agar dapat mengetahui apakah kemampuan dari perusahaan untuk melakukan pemenuhan terhadap utang lancar dengan memakai aset lancar yang dimiliki oleh perusahaan dapat mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi.

Daftar Pustaka

- Agus, R. S. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Arta, I. K. S., Wahyuni, M. A., Agus, I. G., & Yudiantara. (2020). *PENGARUH PERPUTARAN PERSEDIAAN, PERTUMBUHAN PENJUALAN, TINGKAT HPP, DAN INFLASITERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. PERIKANAN NUSANTARA (PERSERO) CABANG BENOA TAHUN 2016-2018*. 11(3).
- Brigham, & Houston. (2014). *Essentials of Financial Management. Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Terjemahan Ali Akbar Yulianto* (Edisi 11). Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia. (2021). *Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan*. www.idx.co.id
- Fista, B. F., & Widyawati, D. (2017). Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(5), 2051–2070. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1188>
- Helmina, M. R. A., & Hidayah, R. (2017). Pengaruh Institutional Ownership, Collateralizable Assets, Debt to Total Assets, Firm Size Terhadap Dividend Payout Ratio. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(1), 24–32. <https://ejournal.stiepancasetia.ac.id/jieb/article/view/49>
- Herawati, L. N. A. (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45*. *Akuntansi*(Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi).
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Sruktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2), 232–242. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss2.art8>
- Jumiari, N. K. V., & Julianto, I. P. (2017). *Pengaruh Intellectual Capital, Kinerja Keuangan, dan Kebijakan Keuangan Terhadap Nilai perusahaan*. 10(3), 48.
- Kurniawan, A. P., & Mertha, I. M. (2016). Kinerja Keuangan Sebagai Pemediiasi Pengaruh Intensitas Research and Development Dan Aset Tidak Berwujud Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(1), 723–750.
- Kweon, J. A. (2008). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Lingga, T. K. R. (2019). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Struktur Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *Strata-1 M*(Fakultas Ekonomi Dan Bisnis), Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Mahdita, S. C. M. (2016). Pengaruh Intensitas Research and Development Dan Kinerja Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 5(1).
- Muis, R. M. (2019). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Tipe Industri, Dan Research And Development (R&D) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)*. *Manajemen*.(Fakultas Ekonomi dan Bisnis), Institut Informatika Dan Bisnis

Darmajaya. Bandar.

- Muklis, F. (2016). Perkembangan Dan Tantangan Pasar Modal Indonesia. *Al Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan)*, 1(1), 1–12.
- Noviani, L. P., Diatmika, I. P. G., & Yasa, N. P. (2017). Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Sebagai Variabel Pemoderasi. *E- Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1).
- OJK. (2016). *No Title*. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/tentang/Pages/Pasar-Modal.aspx>.
- Pratama, R. S. (2020). Pengaruh product market competition, hedging, research and development, dan marketing terhadap nilai perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51470>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Titman, S., & Wessels, R. (1988). The Determinants of Capital Structure Choice. *Journal of Finance*.
- Waskito, M., & Faizah, S. (2021). *PENGARUH RETURN ON EQUITY (ROE) DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN*. 3(1), 30–43.
- Wijaya, I. G. N. S. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Zhu, Z., & Huang, F. (2012). The Effect of R&D Investment on Firms Financial Performance: Evidence from the Chinese Listed IT Firm. *Modern Economy, Volume 3, No. 2*.
- Zulkarnain, A. W. (2017). Pengaruh Free Cash Flow, Kepemilikan Manajerial Dan Collateralizable Assets Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011-2015. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.