

Pengaruh Return On Asset, Dividen Payout Ratio, Dan Pertumbuhan Penjualan
Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Consumer Cyclical Yang Terdaftar
Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023

Rosa Amalia Putri¹ Triana Yuniati² Panata Bangar Hasioan Sianipar³

^{1,2,3} Economic and Business Department, University Bhayangkara Jakarta Raya
202110315027@mhs.ubharajaya.ac.id¹, [triana.yuniati@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto: triana.yuniati@dsn.ubharajaya.ac.id)²,
 [panata.bangar@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto: panata.bangar@dsn.ubharajaya.ac.id)³

*corresponden author: 202110315027@mhs.ubharajaya.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Pengaruh
Return On Asset, Dividen
Payout Ratio dan
Pertumbuhan Penjualan

Received : 01, June
Revised : 16, June
Accepted: 04, July

©2025 The Author(s): This
is an open-access article
distributed under the
terms of the [Creative
Commons Atribusi 4.0
Internasional](#).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Return On Asset, Dividen Payout Ratio Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Consumer Cyclical Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021- 2023. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan sebagai variabel dependent serta Return On Asset, Dividen Payout Ratio dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling dan diperoleh sebanyak 45 sampel Perusahaan dari 166 Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan jumlah observasi sebanyak 135 sampel data. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS (Statistical Product and service solution) versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Return On Asset berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Dividen Payout Ratio berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan itu ibarat rapor utama yang menunjukkan seberapa sukses, sehat keuangannya, dan seberapa besar kepercayaan yang dikasih pemangku kepentingan ke suatu perusahaan. Ini jadi cerminan kemampuan perusahaan buat terus-menerus nyetak keuntungan, jaga kondisi keuangan tetap lancar, dan bisa adaptasi sama perubahan pasar. Kalau nilai perusahaannya tinggi, itu juga bantu ningkatin reputasi dan daya saing di industrinya (Mawarti Bulan et al., 2022).

Sektor consumer cyclical adalah area yang menarik untuk dicermati karena isinya perusahaan yang produk atau jasanya sangat dipengaruhi naik-turunnya ekonomi. Kalau ekonomi lagi bagus, orang biasanya lebih banyak belanja barang yang bukan kebutuhan pokok seperti mobil, baju, atau hiburan, otomatis ini bikin pendapatan dan keuntungan perusahaan naik. Sebaliknya,

saat resesi, permintaan buat produk-produk ini langsung anjlok, yang jelas berdampak buruk ke keuangan perusahaan. Makanya, sektor ini dianggap paling cepat bereaksi terhadap perubahan ekonomi makro. Sejak 2021, sektor consumer cyclicals resmi jadi sub-sektor sendiri di Bursa Efek Indonesia, menunjukkan betapa pentingnya peran mereka dalam industri nasional. Kinerja perusahaan di sektor ini memang sangat fluktuatif; contohnya di awal pandemi, perusahaan ritel dan otomotif langsung babak belur karena kebiasaan konsumen berubah dan ada pembatasan aktivitas (Masitah & Khalifaturofi'ah, 2023).

Kinerja keuangan adalah bagian penting yang menentukan nilai suatu perusahaan. Salah satu cara mengukurnya adalah dengan melihat Return on Assets (ROA). ROA ini menunjukkan seberapa jago perusahaan menggunakan aset yang dipunya buat nyetak keuntungan (Astuti & Lestari, 2024). Selain itu, kebijakan dividen juga punya peran besar dalam pandangan investor. Ini karena kebijakan dividen mencerminkan pilihan manajemen, apakah keuntungan perusahaan akan dibagiin ke pemegang saham atau ditahan buat investasi ulang (Sari & Wulandari, 2021).

Pertumbuhan penjualan juga jadi lampu hijau buat investor, nunjukkin masa depan cerah sebuah perusahaan. Makin pesat penjualannya, makin besar potensi keuntungan dan nilai perusahaan. Tapi, di sektor consumer cyclicals, pertumbuhan ini naik-turunnya tergantung banget sama siklus ekonomi, makanya fluktuasinya tinggi dan butuh strategi manajemen yang adaptif (Yulimtinan & Atiningsih, 2021; Gamaliel, 2024). Mengingat hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh kinerja keuangan, kebijakan dividen, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan yang masih belum seragam, riset ini jadi penting banget. Dengan fokus pada perusahaan consumer cyclicals dari tahun 2021 sampai 2023, penelitian ini mau ngasih pemahaman lebih dalam gimana variabel-variabel itu ngaruh ke nilai perusahaan di tengah ekonomi yang terus berubah.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Sinyal (Signaling Teory)

Menurut Brigham dan Houston (2014) serta didukung oleh Agung et al. (2021), teori sinyal menyatakan bahwa pembagian dividen menjadi alat komunikasi manajemen untuk menunjukkan prospek positif perusahaan di masa depan. Ketika optimis, perusahaan cenderung menaikkan dividen; sebaliknya, jika pesimis, mereka akan menurunkannya. Hal ini bertujuan mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. Rafi et al. (2021) menekankan bahwa laporan keuangan juga dapat menjadi sinyal penting bagi investor dalam menilai kondisi keuangan perusahaan. Namun, menurut Ghozali (2020), efektivitas sinyal sangat bergantung pada kejelasan dan kredibilitas informasi. Oleh karena itu, menurut Triana dan Hernawati (2022), penting bagi pengirim menyampaikan informasi yang relevan dan bagi penerima untuk memahaminya secara cermat agar keputusan yang diambil tepat.

Return On Asset

Menurut Liow (2023), kinerja organisasi secara keseluruhan adalah cerminan dari aktivitas dan kontribusi individu maupun tim dalam suatu periode, yang dievaluasi berdasarkan pencapaian terhadap target, standar, dan kriteria yang telah ditetapkan. Kinerja ini dipengaruhi oleh berbagai faktor dan bertujuan utama untuk meraih sasaran organisasi dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks keuangan, seperti dijelaskan oleh Sutihat (2024), kinerja keuangan mencerminkan sejauh mana manajemen mampu mengelola aset secara optimal untuk menghasilkan laba.

Penilaian tidak cukup hanya dari aset fisik seperti gedung atau ekspansi, melainkan lebih dititikberatkan pada stabilitas keuangan yang menunjukkan efektivitas strategi manajerial, khususnya di tengah tantangan bisnis dan risiko kebangkrutan. Evaluasi dilakukan melalui analisis menyeluruh atas laporan keuangan, terutama neraca dan laporan laba rugi, yang didukung oleh rasio-rasio keuangan guna memetakan kondisi perusahaan secara objektif. Wardani dan Lestari (2022) menambahkan bahwa Return On Assets (ROA) menjadi indikator kunci yang mengukur laba dari total aset. Semakin tinggi ROA yang diperoleh, semakin kuat daya tarik perusahaan di mata investor, yang berujung pada peningkatan reputasi dan nilai pasar perusahaan secara keseluruhan.

Dividen Payout Ratio

Perusahaan dapat memilih antara membagikan laba sebagai dividen atau menginvestasikannya kembali untuk pengembangan bisnis. Kebijakan dividen ini mencerminkan bagaimana perusahaan mengalokasikan keuntungannya kepada investor. Umumnya, investor lebih menyukai dividen karena dianggap lebih pasti dibandingkan potensi capital gain. Konsistensi dan besarnya dividen mencerminkan kesehatan keuangan perusahaan. Peningkatan jumlah dividen biasanya sejalan dengan kenaikan Dividend Payout Ratio (DPR). Harapan investor terhadap imbal hasil menarik dapat mendorong minat beli saham, sehingga meningkatkan harga saham dan secara keseluruhan memperkuat nilai perusahaan (Anindya & Muzakir, 2023).

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Swastha Basu (2014), penjualan merupakan suatu proses pertukaran layanan antara pihak penjual dan pembeli. Tingkat penjualan menggambarkan seberapa besar volume penjualan yang dicapai oleh perusahaan berdasarkan jumlah konsumen atau pengguna yang dilayani oleh distributor. Aktivitas penjualan mencakup berbagai langkah, seperti mencari calon pembeli, melakukan penawaran, merundingkan harga, serta menyepakati syarat pembayaran. Penjualan juga dipandang sebagai seni, di mana penjual memainkan peran penting dalam meyakinkan dan mempengaruhi calon pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Sianipar et al., (2023) pertumbuhan penjualan merupakan petunjuk penting dari tingkat kebutuhan pasar dan kekuatan bersaing suatu sektor usaha, serta dapat digunakan sebagai alat untuk memperkirakan perkembangan pasar di waktu mendatang. Peningkatan penjualan ini

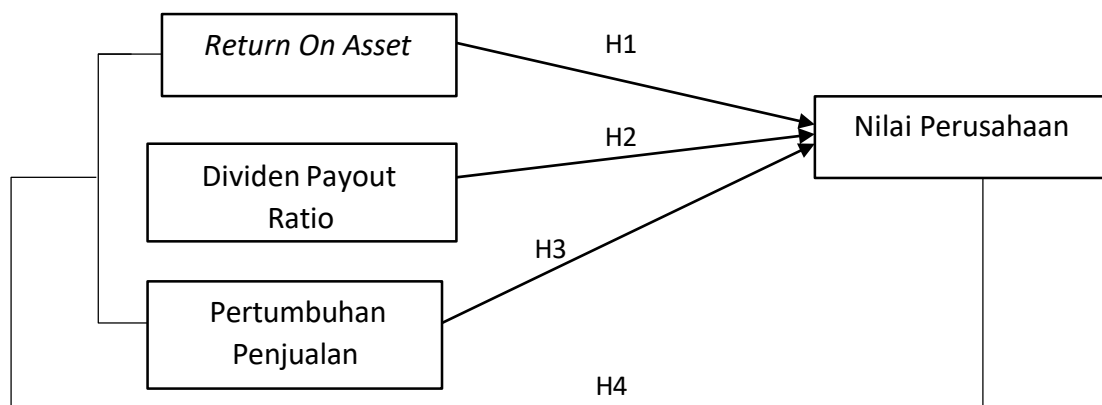
merupakan hasil nyata dari efektivitas penanaman modal yang telah dilakukan sebelumnya, yang mencerminkan keberhasilan strategi bisnis dan kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan kondisi pasar. Perbandingan pertumbuhan penjualan, yang diukur dengan membandingkan total penjualan perusahaan dari satu periode ke periode lainnya, menunjukkan seberapa jauh perusahaan berhasil meningkatkan penjualan. Semakin tinggi angka pertumbuhan penjualan, semakin besar pula potensi peningkatan keuntungan perusahaan, yang pada akhirnya menandakan pertumbuhan perusahaan yang positif.

Nilai Perusahaan

Menurut Ningrum (2022) Nilai suatu perusahaan adalah nilai yang ditunjukkan oleh pergerakan harga saham di pasar modal, yang dihasilkan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Pergerakan harga ini secara tidak langsung menunjukkan bagaimana publik dan investor menilai kinerja suatu perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, peningkatan nilai perusahaan terlihat pada harga saham. Menurut Fauziah dan Sudiyatno (2020) Nilai perusahaan mencerminkan nilai pasar yang menunjukkan kinerja perusahaan, yang tercermin melalui harga sahamnya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula keuntungan yang dapat diperoleh oleh para investor.

Nilai bisnis mencerminkan bagaimana investor menilai kinerja suatu perusahaan, yang umumnya tercermin melalui harga saham. Bagi pemilik perusahaan, meningkatnya nilai perusahaan menjadi hal yang sangat diharapkan karena berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan para pemegang saham. Tujuan utama dari manajemen adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham, di mana tingginya nilai perusahaan menjadi salah satu indikator keberhasilannya. Nilai ini dapat dilihat dari harga saham di pasar, yang terbentuk berdasarkan penilaian publik terhadap kinerja perusahaan. Harga saham yang muncul di pasar modal mencerminkan titik keseimbangan antara permintaan investor dan penawaran dari pemilik saham, sekaligus merepresentasikan nilai aktual perusahaan (Yuniati et al., 2024).

Kerangka Berpikir



Hipotesis

H₁ : *Return On Asset* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

H₂ : *Dividen Payout Ratio* Berpengaruh Negatif Terhadap Nilai perusahaan

H₃ : Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

H₄ : *Return On Asset*, *Dividen Payout Ratio* dan Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Secara Bersamaan Terhadap Nilai Perusahaan

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen, yaitu kinerja keuangan, kebijakan dividen, dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependen berupa nilai perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu dengan memilih data dari lokasi atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Data yang dianalisis berasal dari sumber sekunder. Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup perusahaan sektor consumer cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tiga tahun, yaitu dari 2021 hingga 2023.

Menurut Trisliatanto (2020), data sekunder digunakan oleh peneliti ketika mereka memanfaatkan informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data jenis ini tersedia dalam berbagai bentuk, seperti buku, hasil penelitian, jurnal ilmiah, hingga dokumen perusahaan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor consumer cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2023 secara berurutan. Untuk menganalisis dan menguji data tersebut, digunakan perangkat lunak IBM SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 26 sebagai alat bantu pengolahan data.

Penelitian ini mencakup populasi perusahaan industri yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2023. Namun, tidak seluruh perusahaan di sektor consumer cyclicals dalam populasi tersebut dijadikan objek penelitian. Oleh karena itu, digunakan metode purposive sampling, yakni pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah perusahaan consumer cyclicals yang terdaftar di BEI, yang berjumlah 166 perusahaan pada rentang tahun 2021 hingga 2023.

Sampel yang tidak memenuhi kriteria berikut tidak akan dimasukkan dalam penelitian ini. Kriteria pemilihan sampel adalah:

1. Perusahaan sektor Consumer Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021 hingga 2023.
2. Perusahaan Consumer Cyclicals yang tidak secara konsisten menyampaikan laporan tahunan di BEI selama periode tersebut.
3. Perusahaan Consumer Cyclicals yang mengalami kerugian menurut laporan keuangannya pada tahun 2021 hingga 2023.
4. Perusahaan Consumer Cyclicals yang menggunakan mata uang selain rupiah dalam laporan keuangannya selama periode penelitian.
5. Perusahaan Consumer Cyclicals yang tidak mencatat pembagian dividen dalam laporan keuangannya selama tahun 2021 sampai 2023.

Hasil

Dalam rangka menguji dan menganalisis pengaruh variabel Return On Assets (ROA), Dividen Payout Ratio (DPR), serta Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan, penulis menggunakan perangkat lunak statistik IBM SPSS Statistics versi 26 sebagai alat bantu utama. Program ini digunakan untuk memproses dan menganalisis data secara sistematis, sehingga memungkinkan penulis untuk memperoleh hasil yang akurat dan terpercaya. Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS, dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai hubungan serta besarnya pengaruh ketiga variabel independen tersebut terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Hasil analisis ini kemudian disajikan dalam bentuk output yang memberikan informasi lengkap mengenai signifikansi, kekuatan, dan arah hubungan antar variabel yang diteliti, sehingga memudahkan dalam menarik kesimpulan yang valid berdasarkan data yang tersedia.

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	135	0,00	0,40	0,0803	0,06508
DPR	135	0,00	1,26	0,2882	0,33207
PP	135	-0,92	9,42	0,3197	0,92929
NP	135	0,01	1,87	0,7609	0,47757
Valid N (listwise)	135				

Sumber : Output SPSS V26, 2025

Berdasarkan tabel dengan total data sebanyak 135, variabel Kinerja Keuangan yang diukur menggunakan *Return On Assets* (ROA) menunjukkan nilai minimum 0,00 dan maksimum 0,40, dengan rata-rata sebesar 0,0803 dan deviasi standar 0,06508, menandakan kinerja keuangan yang relatif baik di antara sampel. Untuk Kebijakan Dividen yang diwakili oleh *Dividend Payout Ratio* (DPR), data menunjukkan nilai terendah 0,000 pada PT. Garuda Metalindo Tbk. (BOLT) di tahun 2021 dan tertinggi 1,26 pada PT. Matahari Department Store Tbk. (LPPF) di tahun 2023, dengan rata-rata DPR sebesar 0,2882 dan deviasi standar 0,33207. Variabel Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth/SG*) mencatat nilai minimum -0,92 pada PT. Integra Indocabinet Tbk. (WOOD) tahun 2022 dan maksimum 9,42 pada PT. Erajaya Swasembada Tbk. (ERAA) tahun 2022, dengan nilai rata-rata 0,3197 dan deviasi standar 0,92929. Sedangkan untuk Nilai Perusahaan yang diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV), nilai terendah tercatat 0,01 dan tertinggi 1,87, dengan rata-rata 0,7609 dan deviasi standar 0,47757, yang menunjukkan kemampuan perusahaan consumer cyclical dalam menghasilkan nilai yang cukup baik dari aset yang dimilikinya.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Nilai residul yang dihasilkan oleh model regresi dinilai dengan uji normalitas. Penelitian ini menerapkan uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) < dari 0.05, distribusi data tidak normal.
2. Jika nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) $\geq$ 0.05, distribusi data normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		135
Normal Parameters ^a ^b	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,36832384
Most Extreme Differences	Absolute	0,061
	Positive	0,061
	Negative	-0,037
Test Statistic		0,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Output SPSS V26, 2025

Hasil uji normalitas data memenuhi asumsi normalitas. Dilihat dari nilai signifikansinya sebesar 0.200, yang artinya nilai signifikasinya > 0.05, menunjukkan distribusi normal data.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengecek apakah varians residu pada semua pengamatan dalam model regresi sama atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari heteroskedastisitas. Keputusan uji ini didasarkan pada nilai signifikansi; jika nilai sig antara variabel independen dan residual absolut lebih dari 0,05, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai sig kurang dari 0,05, berarti terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Berdasarkan tabel uji heteroskedastisitas menunjukkan setiap variabel independen yaitu *Return On Asset* (0,662), *Dividen Payout Ratio* (0,078) dan *Pertumbuhan Penjualan* (0,416) dengan nilai signifikansi > 0,05, sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil uji tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,270	0,033		8,280	0,000
	ROA	0,121	0,277	0,038	0,438	0,662
	DPR	0,096	0,054	0,153	1,778	0,078
	PP	-0,016	0,019	-0,071	-0,816	0,416
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber : Output SPSS V26, 2025

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi antara model regresi dan variabel independen digunakan. Nilai Variasi Inflasi Factor (VIF) dan Toleransi dapat dinilai sesuai dengan ketentuan berikut:

1. Apabila VIF melebihi 10 dan TOL berada di bawah 0,10, maka tanda-tanda multikolinearitas muncul.
2. Apabila VIF kurang dari 10 dan TOL di bawah 0,10, maka tidak ada indikator multikolinearitas.

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,424	0,059		7,233	0,000		
	ROA	4,336	0,498	0,591	8,699	0,000	0,984	1,016
	DPR	-0,129	0,097	-0,089	-1,326	0,187	0,998	1,002
	PP	0,079	0,035	0,155	2,274	0,025	0,983	1,017
a. Dependent Variable: NP								

Sumber : Output SPSS V26, 2025

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 dimana artinya seluruh variabel dalam model regresi terbebas dari multikolinearitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kesalahan residual pada periode t dengan periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi. Pengujian ini penting untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari autokorelasi. Salah satu metode yang digunakan adalah Uji Durbin-Watson (DW Test). Hasil pengujian autokorelasi ditampilkan dalam tabel berikut.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,637 ^a	0,405	0,392	0,37252	1,639
a. Predictors: (Constant), PP, DPR,ROA					
b. Dependent Variable: NP					

Sumber : Output SPSS V26, 2025

Berdasarkan tabel dapat dilihat nilai Durbin-Watson sebesar 1,639 yang artinya tidak kurang dari -2 dan tidak lebih dari 2, maka dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil dari uji analisis regresi linear berganda dipakai untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Hasil dari uji ini ditunjukkan dalam tabel berikut :

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,424	0,059		7,233	0,000
	ROA	4,336	0,498	0,591	8,699	0,000
	DPR	-0,129	0,097	-0,089	-1,326	0,187
	PP	0,079	0,035	0,155	2,274	0,025
a. Dependent Variable: NP						

Sumber : Output SPSS V26, 2025

Berdasarkan hasil persamaan regresi, dapat disimpulkan beberapa hal. Nilai konstanta sebesar 0,424 mengindikasikan bahwa jika seluruh variabel independen, yaitu *return on asset*, *dividen payout ratio*, dan pertumbuhan penjualan bernilai nol, maka nilai perusahaan berada pada angka 0,424. Koefisien kinerja keuangan bernilai positif sebesar 8,699 menunjukkan bahwa

setiap peningkatan satu unit pada *return on asset* akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 8,699, dan karena nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka variabel ini berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *dividen payout ratio* memiliki koefisien negatif sebesar -1,326, yang berarti peningkatan kebijakan dividen sebesar satu unit akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 1,326. Namun, karena nilai signifikansinya $0,187 > 0,05$, maka kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Terakhir, koefisien pertumbuhan penjualan sebesar 2,274 menunjukkan bahwa peningkatan variabel ini akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 2,274, dan karena nilai signifikansinya $0,025 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji yang digunakan untuk menilai sejauh mana masing-masing variabel bebas memengaruhi variabel terikat secara individu adalah uji koefisien secara parsial atau uji t. Untuk melakukan uji ini, digunakan nilai t hitung atau nilai signifikansi (sig) dari masing-masing variabel independen. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan t hitung adalah: jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen; sebaliknya, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka tidak terdapat pengaruh secara parsial. Selain itu, keputusan juga dapat didasarkan pada nilai signifikansi, yaitu: jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, berarti variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara individual; namun jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak ada pengaruh yang signifikan secara individu dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,424	0,059		7,233	0,000
	ROA	4,336	0,498	0,591	8,699	0,000
	DPR	-0,129	0,097	-0,089	-1,326	0,187
	PP	0,079	0,035	0,155	2,274	0,025

a. Dependent Variable: NP

Sumber : Output SPSS V26, 2025

1. Variabel *return on asset* memiliki thitung sebesar $8,699 > 1,978$ (ttabel). Hipotesis penelitian H_0 ditolak dan H_{a1} diterima, dengan tingkat signifikansi atau p value sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *return on asset* meningkatkan nilai perusahaan.

2. Variabel *dividen payout ratio* memiliki thitung sebesar $-1,326 < 1,978$ (ttabel). Hipotesis penelitian H0 diterima dan Ha2 ditolak, dengan tingkat signifikansi atau p value $0,187 > 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan dipengaruhi secara negatif oleh *dividen payout ratio*
3. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki thitung sebesar $2,274 < 1,978$ (ttabel). Hipotesis penelitian H0 ditolak dan Ha3 diterima, dengan tingkat signifikansi atau p value $0,025 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pertumbuhan penjualan meningkatkan nilai perusahaan.

2. Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
1	Regression	12,383	3	4,128	29,744	0,000 ^b
	Residual	18,179	131	0,139		
	Total	30,561	134			
a. Dependent Variable: NP						
b. Predictors: (Constant), PP, DPR,ROA						

Sumber : Output SPSS V26, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 4.9, diperoleh nilai f hitung sebesar 29,744 yang lebih besar dari f tabel sebesar 2,68, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel-variabel independen yaitu *return on asset* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini terbukti relevan dan layak untuk dimasukkan ke dalam model analisis yang digunakan.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,392, atau 39,2%, ditunjukkan dalam tabel 4.10. independen yang terdiri dari kinerja keuangan, kebijakan dividen dan pertumbuhan penjualan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 39,2% sedangkan sisanya yaitu 60,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,637 ^a	0,405	0,392	0,37252
a. Predictors: (Constant), PP, DPR,ROA				
b. Dependent Variable: NP				

Sumber : Output SPSS V26, 2025

Pembahasan

Return On Asset Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel, variabel *return on asset* menunjukkan nilai *t* hitung sebesar 8,699 yang lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,978, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima, yang berarti *return on asset* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Hanna (2024), yang menyatakan bahwa kinerja keuangan berperan penting dalam mendongkrak nilai perusahaan. Laporan keuangan jadi acuan utama investor untuk menilai kondisi bisnis dan prospek keuntungan. Kinerja keuangan yang kuat memberi sinyal positif bagi pasar, mendorong harga saham naik dan menambah nilai bagi pemegang saham. Namun, temuan ini bertolak belakang dengan penelitian Ekawati dan Yuniati (2020), yang melihat dampak negatif kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. ROA yang terlalu tinggi justru bisa dipandang negatif karena dianggap menunjukkan perusahaan kurang optimal dalam mengelola aset untuk pertumbuhan, sehingga minat investor menurun dan harga saham ikut melemah.

Dividen Payout Ratio Berpengaruh Negatif Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik pada tabel menunjukkan bahwa variabel *dividen payout ratio* memiliki nilai *t* hitung sebesar -1,326 yang lebih kecil dari *t* tabel sebesar 1,978, dengan nilai signifikansi 0,187 yang melebihi batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_{a2}) ditolak, yang berarti kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan justru menunjukkan arah hubungan yang negatif.

Hasil temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Sriyani dan Purwasih (2022), yang mengungkapkan bahwa besarnya pembagian dividen kepada pemegang saham tidak memberikan dampak berarti terhadap peningkatan nilai perusahaan. Artinya, dalam konteks ini, kebijakan dividen tidak menjadi faktor pendorong utama bagi kenaikan nilai perusahaan. Namun demikian, temuan ini justru bertentangan dengan penelitian dari Purnama dan Hamzah (2023), yang menunjukkan bahwa kebijakan dividen berperan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian mereka memperkuat pandangan teori sinyal (*signaling theory*), di mana perusahaan memanfaatkan pembagian dividen sebagai sarana komunikasi strategis untuk menyampaikan sinyal positif kepada investor terkait stabilitas keuangan dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang.

Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis statistik pada tabel, nilai *t* hitung untuk variabel pertumbuhan penjualan sebesar 2,274 lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,978, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,025 yang berada di bawah ambang 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a3}) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Temuan ini mendukung hasil penelitian Purnama dan Hamzah (2023) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori signaling, yang menyebutkan bahwa peningkatan penjualan yang stabil menjadi indikator kinerja dan prospek positif perusahaan, sehingga menarik perhatian investor. Namun, hasil ini berbeda dengan studi Karlinda et al. (2021) yang menyatakan bahwa kenaikan penjualan tidak selalu berdampak signifikan karena bisa bersifat sementara dan tidak selalu meningkatkan laba. Pendapat serupa juga disampaikan oleh Tamba et al. (2020), yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak cukup kuat mempengaruhi perubahan nilai perusahaan.

Return On Asset, Dividen Payout Ratio, dan Pertumbuhan Penjualan Secara Bersamaan berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil yang ditampilkan dalam tabel, nilai F hitung sebesar 29,744 lebih besar dari F tabel sebesar 2,68, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yakni *return on asset* dan pertumbuhan penjualan, secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Dengan demikian, seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbukti relevan dan layak dimasukkan dalam model analisis.

Penelitian oleh Hanna (2024) dan Purnama & Hamzah (2023) mendukung temuan bahwa kinerja keuangan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sesuai dengan teori sinyal yang menilai informasi keuangan dan pertumbuhan sebagai indikator prospek baik bagi investor. Namun, hasil ini bertolak belakang dengan studi Ekawati & Yuniati (2020) yang menunjukkan kinerja keuangan bisa berdampak negatif jika ROA terlalu tinggi, serta Karlinda et al. (2021) yang menemukan pertumbuhan penjualan tidak selalu signifikan karena tidak selalu menghasilkan keuntungan berkelanjutan, menandakan variabel tersebut tidak selalu konsisten memengaruhi nilai perusahaan.

Kesimpulan dan Saran

Hasil analisis menunjukkan bahwa *return on asset* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *dividen payout ratio* berdampak negatif. Penelitian ini terbatas oleh keterbatasan data dari situs BEI dan keterbatasan sampel yang hanya mencakup sebagian perusahaan sektor *consumer cyclicals*. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mencakup sektor lain, menambah variabel independen, dan menggunakan perangkat analisis yang lebih canggih. Bagi pemerintah, peningkatan nilai perusahaan dapat didorong melalui transparansi dan kualitas pelaporan keuangan yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Agung, G., Hasnawati, S., & Huzaimah, R. A. F. (2021). The effect of investment decision, financing decision, dividend policy on firm value (study on food and beverage industry listed on the indonesia stock exchange, 2016- 2018). *Jurnal bisnis dan mana*.
- Astuti, A., & Lestari, T. (2024). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan bidang manufaktur. *Owner*, 8(3), 2484–2499. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i3.2303>.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Fundamentals of financial management (8th ed.)*. Cengage learning.
- Butar, D. C. B., Mukti, A. H., & Sianipar, P. B. H. (2024). Pengaruh return on asset, debt to total asset, dan opini audit terhadap audit delay (studi empiris pada perusahaan sektor consumer cyclicals subsektor consumer service yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2019-2022). *Sentri: jurnal riset ilmiah*, 3(2), 843–865. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2332>.
- Fauziah, I. N., & Sudiyatno, B. (2020). Pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel moderasi (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bej periode 2016-2018). *Dinamika akuntansi, keuangan dan perbankan*, 9(2), 107–119. www.idx.co.id.
- Gamaliel, H. (2024). Analisis kinerja keuangan pada sektor consumer cyclicals yang terdaftar di bej periode 2020 - 2023. 2(2), 219–228. <https://doi.org/10.58784/ramp.220>.
- Hanna (2024). Hanna jurnal penelitian akuntansi vol.5, no. 1, 2024 pengaruh kinerja keuangan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel pemoderasi. 5(1), 0–26.
- Karlinda, a. E., azizi, p., & sopali, m. F. (2021). Pengaruh pengalaman kerja, prestasi kerja, pendidikan dan pelatihan terhadap pengembangan karir pada pt. Pln (persero) kota padang rayon kuranji. *Journal of information system, Applied, management, accounting and research.*, 5(2), 523–531. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i2>
- Liow, f. E. R. I. (2023). 18_festus-liow_buku-referensi-kinerja-keuangan-perusahaan-1.
- Masitah, S., & Khalifaturofi'ah, S. O. (2023). Nilai perusahaan sektor consumer cyclical era pandemic: diantara faktor determinan yang mempengaruhi. *Balance: economic, business, management and accounting journal*, 20(1), 11. <https://doi.org/10.30651/blc.v20i1.15563>
- Mawarti Bulan, Dimas Angga Negoro, T. Y. S. (2022). The effect of financial ratio in determining company value:(empirical study on banking companies listed on the indonesia stock exchange for the 2015-2019 period). *Budapest*

- International research and critics institute (birci-journal): humanities and social sciences, 5(1), 3001–3013.
- Ningrum, E. P. (2022). Nilai perusahaan (konsep dan aplikasi). In *angewandte chemie international edition*, 6(11), 951–952. (vol. 3, issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Purnama, D., & Hamzah, A. (2023). Peran struktur modal, kebijakan dividen, dan pertumbuhan penjualan. *Jurnal bina bangsa ekonomika*, 16(2), 619–628.
- Rafi, M. I., Nopiyanti, A., & Mashuri, A. A. S. (2021). Pengaruh kinerja keuangan, kebijakan dividen dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. *Jurnal korelasi. Konferensi riset nasional ekonomi, manajemen, dan akuntansi*, 2, 270–284.
- Sari, D. M., & Wulandari, P. P. (2021). Sari & wulandari. *Jurnal akuntansi*, 22(1), 1–18.
- Sriyani, E. D., & Purwasih, D. (2022). Pengaruh kinerja keuangan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal revenue: jurnal ilmiah akuntansi*, 3(1), 368–382. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i1.149>
- Sutihat, A. (2024). Pengaruh growth opportunity, keputusan investasi dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan healthcare yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Akademik: jurnal mahasiswa ekonomi & bisnis*, 4(1), 58–67. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i1.660>
- Triana, F. H., & Hernawati. (1845). Pengaruh moderasi kebijakan hutang pada kinerja keuangan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan saat pandemi covid-19 di indonesia fenesha homa triana putri 1, retno indah hernawati 2 2. 296–310.
- Trisliatanto, D. Agung. (2020). Metodologi penelitian.
- Wardani, D. K., & Lestari, N. D. (2022). Pengaruh kinerja keuangan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility (csr) akurat | jurnal ilmiah akuntansi fe 13(2), 113125. <https://www.ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/view/916%0ahttps://www.ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/download/916/759>
- Yulianti, Y., Husadha, C., Rossa, E., Pangaribuan, D., & Yuniati, T. (2024). Pengaruh struktur modal, tata kelola perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusaekawati, s., & yuniati, t. (2020). Pengaruh roa, roe, dan eps terhadap harga saham pada perusahaan Transportasi suryani. *Jurnal ilmu dan riset manajemen*, 1–16.

- Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). Leverage ukuran perusahaan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. *Balance : jurnal akuntansi dan bisnis*, 6(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jab.v6i1.3422>
- Rafi, M. I., Nopiyanti, A., & Mashuri, A. A. S. (2021). Pengaruh kinerja keuangan, kebijakan dividen dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. *Jurnal korelasi. Konferensi riset nasional ekonomi, manajemen, dan akuntansi*, 2, 270–284.
- Swastha Basu. (2014). *Manajemen penjualan*. Yogyakarta: bpfe, 2014.