

PENGARUH SALES GROWTH, AUDIT COMMITTEE, KOMISARIS INDEPENDEN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Vincentius Harisanto* dan Widyasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

**Email: vincen_t@ymail.com*

Abstract:

This research aims at how the effect of sales growth and leverage toward firm value, and the role of the audit committee and independent commissioner on firm value in trading and service companies listed on the Indonesia stock exchange during 2017-2019. The sample was selected by purposive sampling method and valid data were 29 companies from 154 companies. Data Processing techniques use the Eviews 11 (Econometric Views) for Windows and Microsoft Excel 2019 program. The results of this research indicate that sales growth and leverage have a positive and insignificant effect toward firm value, while the audit committee and independent commissioners have a negative and insignificant effect on firm value. The implication of this research is the need for other factors to support else sales growth and leverage to influence firm value and the need for an increased the role of audit committee and independent commissioners to increase firm value which will provide a good signal for investors.

Keywords: *Sales Growth, Audit Committee, Independent Commissioner, Leverage, Firm Value.*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari pertumbuhan penjualan dan leverage terhadap nilai perusahaan, dan peran dari komite audit dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perdagangan dan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2019. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dan data yang valid adalah 29 perusahaan dari 154 perusahaan. Teknik pengolahan data menggunakan program *Eviews 11 (Econometric Views)* for Windows dan Microsoft Excel 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan leverage memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan komite audit dan komisaris independen mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya faktor lain untuk mendukung pertumbuhan penjualan dan leverage untuk mempengaruhi nilai perusahaan dan perlunya peningkatan peran untuk komite audit dan komisaris independen untuk meningkatkan nilai perusahaan yang akan memberikan sinyal yang baik bagi investor.

Kata kunci: *Pertumbuhan Penjualan, Komite Audit, Komisaris Independen, Leverage, Nilai Perusahaan.*

Pendahuluan

Pada era globalisasi ini perkembangan ekonomi sangat pesat, karena adanya jaringan internet yang dapat memudahkan perusahaan dalam memasarkan dan menjual produk ke pasar global. Maka dari itu, banyak perusahaan-perusahaan lama maupun perusahaan-perusahaan pendatang baru yang berlomba untuk mencapai tujuan masing-masing perusahaan dan ada juga perusahaan pendatang baru yang ikut masuk bersaing kedalam Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mendapatkan pendanaan dalam mengembangkan perusahaan mereka. Dalam BEI banyak para investor yang memilih untuk berinvestasi dalam bentuk saham dibandingkan dengan jenis investasi lainnya. Tujuan investor dalam berinvestasi adalah untuk mendapatkan keuntungan dari investasi mereka, maka dari itu investor akan mencari perusahaan yang berpotensi memiliki nilai perusahaan yang tinggi untuk meraup keuntungan dimasa mendatang. Menurut Sartono (2010, h. 487) nilai perusahaan adalah nilai jual suatu perusahaan sebagai entitas bisnis yang melakukan operasional. Nilai perusahaan sangatlah penting bagi perusahaan karena dari nilai perusahaan, pihak investor maupun organisasi perusahaan dapat melihat kinerja yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan berbagai rasio penilaian. Menurut Sudana (2011, h. 23) rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal. Rasio penilaian dapat digunakan oleh investor dan masyarakat untuk menentukan nilai suatu perusahaan. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang dapat digunakan untuk menentukan nilai perusahaan.

Mukhtaruddin, Relasari dan Felmania (2014) berpendapat bahwa perusahaan yang baik bisa juga dilihat dari organisasi internal perusahaan tersebut seperti dewan komisaris mempunyai anggota yang bersifat independen dan disebut sebagai komisaris independen. Komisaris independen menurut Anjasari dan Andriati (2016) merupakan anggota dewan komisaris yang tidak boleh mempunyai hubungan atau ikatan khusus dengan manajemen, anggota dewan komisaris lainnya dan pihak pemegang saham pengendali atau pemegang saham terbesar, serta bebas dari hubungan bisnis dan hubungan lainnya yang berpengaruh terhadap kemampuannya untuk bertindak independen terhadap kepentingan perusahaan. Dewan komisaris yang berperan untuk memastikan keberhasilan strategi perusahaan, akuntabilitas dan bertanggung jawab dalam meningkatkan efisiensi manajemen. Melihat peranan dewan komisaris sangat penting dan cukup berat untuk dilakukan, maka dewan komisaris membentuk *audit committee* (komite audit), komite aset dan liabilitas, komite manajemen risiko dan lain-lain. Selain dari organisasi internal, perusahaan juga dapat dilihat dari penjualan yang dilakukan dan sumber dana hutang yang dikelola oleh perusahaan. Pada penjualan dapat dilihat menggunakan *sales growth ratio* untuk memprediksi penjualan perusahaan dimasa mendatang dan untuk pengelolaan sumber dana hutangnya dilihat menggunakan *Debt to Asset Ratio* dimana rasio ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, dan bagi investor atau masyarakat yang ingin berinvestasi untuk melihat nilai perusahaan dari faktor-faktor lain yang membentuk nilai perusahaan tersebut.

Kajian Teori

Agency Theory. Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan teori keagenan adalah hubungan keagenan disebuah perusahaan antara pemilik perusahaan dan manajer yang

terikat oleh hubungan kontrak. Delves dan Patrick (2010) juga menjelaskan mengenai teori keagenan ialah hubungan antara satu atau lebih kepala perusahaan atau pemilik perusahaan yang melibatkan orang lain untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau beberapa layanan lainnya atas nama pemimpin perusahaan atau pemilik perusahaan yang memiliki kewenangan dalam pengambilan keputusan di dalam perusahaan. Setiap agen memiliki sifat dan perilaku berbeda-beda yang menginginkan untuk memakmurkan kepentingan sendiri dibandingkan dengan kepentingan perusahaan. Agen dapat memanipulasi informasi tersebut yang nantinya akan diterima oleh pemilik perusahaan dan informasi tersebut sudah tidak sesuai dengan data yang ada selama berjalanya praktik operasional perusahaan, hal tersebut disebut juga dengan asimetri informasi.

Signalling Theory. Al-Sartawi dan Reyad (2018) teori sinyal adalah teori yang membahas mengenai asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak pemangku kepentingan atau pemilik perusahaan yang mempekerjakan atau mengontrak manajemen tersebut. Brigham dan Houston (2012) mengatakan bahwa teori sinyal merupakan sebuah dorongan untuk memberikan informasi mengenai laporan keuangan perusahaan terhadap pihak eksternal atau investor. Informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak eksternal sangat penting, karena berisikan sebuah informasi mengenai kinerja perusahaan selama operasional perusahaan agar pihak eksternal dapat mengetahui kinerja perusahaan. Informasi tersebut harus disajikan dengan transparan sesuai dengan data atau informasi yang diperoleh oleh manajer atas kegiatan operasional yang sudah berlangsung, dan tidak boleh dikurangi atau dilebih-lebihkan untuk kepentingan pribadi manajer.

Nilai Perusahaan. Sunardi (2019) mendefinisikan nilai perusahaan itu merupakan suatu kondisi tertentu yang telah dipercayai oleh perusahaan dimana nilai perusahaan itu dijadikan gambaran atau tolak ukur dari kepercayaan masyarakat atau investor terhadap sebuah perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dalam berbagai macam metode, salah satu metode pengukurannya adalah dengan cara *Price to Book Value* (PBV) dimana nilai perusahaan diukur berdasarkan harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham suatu perusahaan.

Sales Growth. Hastuti (2010) mendefinisikan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) memperlihatkan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun selama perusahaan tetap beroperasi. Deitina (2011) berpendapat bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan wujud keberhasilan investasi dari periode masa lalu dan dapat dijadikan acuan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang.

Audit Committee. Widyaningsih (2018) menjelaskan bahwa komite audit merupakan komite yang melakukan pengawasan terhadap internal perusahaan dan juga menjadi jembatan antara pemegang saham dengan dewan komisaris melalui kegiatan pengendalian yang diselenggarakan oleh manajemen serta para auditor internal dan eksternal.

Komisaris Independen. Firmansyah (2019) menjelaskan bahwa komisaris independen merupakan anggota komisaris yang tidak terikat dengan manajemen, anggota komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali atau pemilik perusahaan, serta komisaris independen harus terbebas dari hubungan bisnis dan hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan.

Leverage. Harahap dan Syafri (2013) menjelaskan bahwa *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal atau aktiva perusahaan. Rasio ini digunakan untuk melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai melalui utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal perusahaan atau aktiva perusahaan. Semakin tinggi tingkat *Debt to Asset Ratio* berarti semakin tinggi juga aktiva perusahaan yang didanai menggunakan hutang.

Kaitan Antar Variabel

Sales Growth dengan Nilai Perusahaan. Penjualan merupakan kegiatan penting dari suatu perusahaan, karena keuntungan perusahaan didapat dari kegiatan penjualan produk perusahaan, meningkatnya penjualan suatu perusahaan maka keuntungan yang didapat perusahaan juga meningkat sehingga dapat membuat nilai perusahaan menjadi meningkat karena investor mengincar keuntungan pada perusahaan yang ia investasikan. Amijaya, Rini dan Mawardi (2016) mengungkapkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Pantow, Murni dan Trang (2019) mengungkapkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Audit Committee dengan Nilai Perusahaan. Komite audit bertugas untuk melakukan pengawasan untuk meningkatkan efektivitas dalam menciptakan transparansi dan pelaporan keuangan yang berkualitas, ketaatan terhadap perundang-undangan yang berlaku dan pengawasan internal yang memadai untuk perusahaan. Semakin transparan laporan keuangan yang diberikan perusahaan maka semakin akurat data informasi tersebut, tersebut sehingga investor dapat memprediksi nilai suatu perusahaan dimasa mendatang. Ayuning dan Widyawati (2016) mengungkapkan bahwa *audit committee* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Husin dan Subardjo (2019) mengungkapkan bahwa komite audit berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Komisaris Independen dengan Nilai Perusahaan. Komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang tidak boleh memiliki hubungan khusus dengan manajer, anggota komisaris lainnya, pemegang saham pengendali atau pemilik saham. Tugas komisaris independen adalah mengawasi kebijakan manajemen dan memberikan nasihat kepada manajemen. Kebijakan manajemen yang baik dapat membuat perusahaan menjalankan kinerjanya dengan baik sehingga dapat menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Husin dan Subardjo (2019) mengungkapkan bahwa proporsi komisaris independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Febriyana (2013) menunjukkan bahwa komisaris independent berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage dengan Nilai Perusahaan. Leverage merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap aktiva perusahaan. Rasio ini digunakan untuk melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang atau pihak luar. Semakin besar perusahaan menggunakan hutang sebagai pendanaan operasional maka operasional perusahaan juga akan semakin besar sehingga membuat perusahaan mendapatkan keuntungan yang besar dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Putri dan Widyawati (2019) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian dari Tarmidi, Sari dan Sormin (2020) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif dan tidak signifikan.

Pengembangan Hipotesis

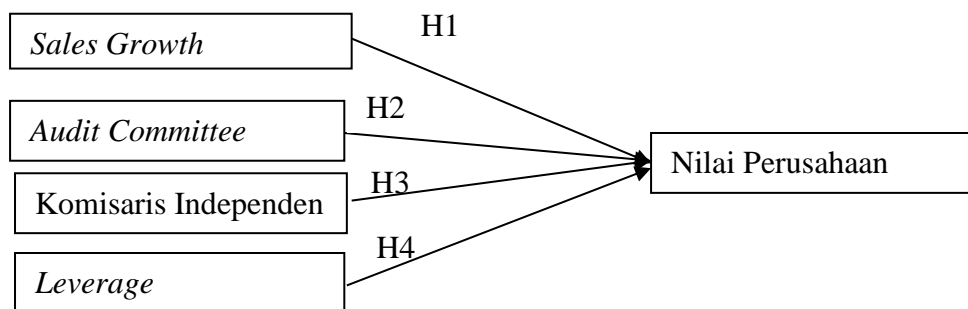
Berdasarkan penelitian, *sales growth* memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan (Amijaya Rini dan Mawardi) dan (Dewi dan Sujana, 2019). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa *sales growth* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Pantow, Murni dan Trang, 2015) dan (Hidayat, 2018). H1: *Sales growth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, *audit committee* memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan (Handayani, 2017) dan (Ayuning dan Widyawati, 2016). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa *audit committee* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. H2: *Audit committee* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, komisaris independen memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan (Husin dan Subardjo, 2019) dan (Handayani, 2017). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa dewan komisaris independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Ayuning dan Widyawati, 2016) dan (Febryana, 2013). H3: Komisaris independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, *leverage* memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai perusahaan (Megawati, 2020) dan (Lestari dan Indarto). Tetapi Penelitian lain menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki hubungan yang signifikan (Tarmidi, Sari dan Sormin) H4: Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikanberpengaruh pada nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran

Metodologi

Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2019. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan populasi sampelnya adalah perusahaan perdagangan dan jasa yang terdaftar di BEI dengan kriteria 1) Perusahaan perdagangan dan jasa yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2019, 2) Perusahaan yang tidak melakukan *delisting and relisting* dan *Initial Public Offering* (IPO), 3) Laporan tahunan dan laporan keuangan tahunan selama 3 tahun berturut-turut dapat diakses dalam situs BEI (www.idx.co.id), 4) Laporan keuangan perusahaan

menggunakan mata uang Rupiah Indonesia, 5) Perusahaan memiliki penjualan yang meningkat selama periode 2017-2019, dan 6) perusahaan perdagangan dan jasa yang datanya bukan merupakan data outlier. Jumlah seluruhnya sampel yang valid adalah 29 perusahaan. Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan terdapat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1.
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Ukuran	Skala
Variabel Dependen		
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$	Rasio
Variabel Independen		
Sales Growth	$Sales\ Growth = \frac{Sales_t - Sales_{t-1}}{Sales_{t-1}}$	Rasio
Audit Committee	$KA = \frac{\text{Jumlah komite audit dari luar perusahaan}}{\text{Jumlah anggota komite audit}} \times 100\%$	Rasio
Komisaris Independen	$KOI = \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris}} \times 100\%$	Rasio
Leverage	$DAR = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total aset}}$	Rasio

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Hasil uji statistik deskriptif dari olah data yang telah dilakukan pada penelitian ini, nilai *mean* dari variabel nilai perusahaan sebesar 2.279643, nilai median sebesar 1.882700, nilai maksimum sebesar 7.946400, nilai minimum sebesar 0.226300 dan deviasi standar sebesar 1.724354. Variabel *sales growth* nilai *mean* sebesar 0.195364, nilai *median* sebesar 0.123700, nilai maksimum sebesar 1.487800, nilai minimum sebesar 0.007200 dan deviasi standar sebesar 0.262875. Variabel *audit committee* nilai *mean* sebesar 0.631252, nilai *median* sebesar 0.666700, nilai maksimum sebesar 0.750000, nilai minimum sebesar 0.250000 dan standar deviasi sebesar 0.111985. Variabel komisaris independen nilai *mean* sebesar 0.408897, nilai *median* sebesar 0.400000, nilai maksimum sebesar 0.666700, nilai minimum sebesar 0.285700 dan standar deviasi sebesar 0.092433. Variabel *leverage* nilai *mean* sebesar 0.420832 sebesar 0.420832, nilai *median* sebesar 0.386600, nilai maksimum sebesar 0.810800, nilai minimum sebesar 0.125700 dan standar deviasi sebesar 0.186924.

Selanjutnya terdapat hasil dari pengujian pemilihan model terbaik dengan menggunakan uji *Chow*, uji *Hausman* dan uji *Lagrange Multiplier* yang dilampirkan pada tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Pengujian Pemilihan Model Terbaik.

No.	Metode	Pengujian	Hasil
1.	Uji <i>Chow</i>	Common Effect vs Fixed Effect	Fixed Effect
2.	Uji <i>Hausman</i>	Fixed Effect vs Random Effect	Fixed Effect

3.	Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	Common Effect vs Random Effect	Random Effect
----	--------------------------------	--------------------------------	---------------

Selanjutnya terdapat uji asumsi klasik model regresi sebelum memasuki pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidak inkorelasi atau kolinearitas antar variable independen dari model regresi pada penelitian ini. Hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini memiliki koefisien korelasi kurang dari 0.8 sehingga variable independen pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya agar model regresi dalam penelitian ini tidak menyimpang. Hasil dari pengujian Heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas karena probabilitas variabel independen pada pengujian ini tidak ada yang kurang dari 0.05.

Berdasarkan hasil dari pengujian pemilihan model terbaik pada table 2 maka penelitian ini menggunakan hasil pengolahan data dari *Fixed Effect Model*. Berikut merupakan hasil dari olah data *Fixed Effect Model* pada tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Pengolahan Data Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.695877	2.255105	1.195455	0.2371
X1	0.480860	0.890173	0.540187	0.5913
X2	-1.288712	3.154223	-0.408567	0.6845
X3	-0.486925	2.328155	-0.209146	0.8351
X4	1.193887	2.003920	0.595776	0.5538

Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Root MSE	0.682484	R-squared	0.841528	
Mean dependent var	2.279643	Adjusted R-squared	0.747619	
S.D. dependent var	1.724354	S.E. of regression	0.866273	
Akaike info criterion	2.832464	Sum squared resid	40.52319	
Schwarz criterion	3.767808	Log likelihood	-90.21218	
Hannan-Quinn criter.	3.209098	F-statistic	8.961081	
Durbin-Watson stat	3.732838	Prob(F-statistic)	0.000000	

Berdasarkan tabel 3 diatas, didapatkan sebuah hasil berupa model regresi linear berganda pada penelitian ini, yaitu $Y = 2.695877 + 0.480860X_1 - 1.288712X_2 - 0.486925X_3 + 1.193887X_4 + e$. Uji determinasi berganda (R^2) yang menunjukkan nilai

Adjusted R-squared sebesar 0.747619 berarti variabel independen pada penelitian ini mempunyai kemampuan dalam menjelaskan variabel dependennya sebesar 74.76% dan sisanya memiliki nilai sebesar 25.24% dari variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji simultan (Uji F) yang menunjukkan hasil dari Prob. (*F-statistic*) adalah sebesar 0.000000. Nilai Prob. (*F-statistic*) tersebut memiliki nilai lebih kecil dari nilai signifikannya yaitu 0.05 berarti *sales growth*, *audit committee*, komisaris independen dan *leverage* secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Parsial (Uji T). Uji T pada penelitian ini mendapatkan hasil dari variabel *sales growth* memiliki nilai koefisien sebesar 0.480860 dan mempunyai nilai Prob. yang menunjukkan nilai sebesar 0.5913 > 0.05 sehingga *sales growth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Audit committee* memiliki nilai koefisien sebesar -1.288712 dan mempunyai nilai Prob. yang menunjukkan nilai sebesar 0.6845 > 0.05 sehingga *audit committee* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Komisaris independen memiliki nilai koefisien sebesar -0.486925 dan mempunyai nilai Prob. yang menunjukkan nilai sebesar 0.8351 > 0.05 sehingga komisaris independen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* memiliki nilai koefisien sebesar 1.193887 dan mempunyai nilai Prob. yang menunjukkan nilai sebesar 0.5538 > 0.05 sehingga *sales growth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian ini, secara bersama-sama pengaruh dari *sales growth* dan *leverage*, serta peran *audit committee* dan komisaris independen berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan. Secara parsial *sales growth* dan *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan yang berarti pertumbuhan penjualan yang meningkat belum tentu meningkatkan nilai perusahaan jika tidak diikuti dengan meningkatnya *receivable turnover* dan perusahaan belum menggunakan dana hutang dengan baik sehingga nilai perusahaan tidak meningkat, sebaiknya perusahaan mengelola dana hutang dengan baik untuk kegiatan operasional agar keuntungan perusahaan dapat meningkat dan nilai perusahaan pun ikut meningkat. Peran *audit committee* dan komisaris independen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat diartikan bahwa *audit committee* dan komisaris independen tidak terlalu efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan jika *audit committee* dan komisaris independen tidak menjalankan fungsi dan tugas mereka dengan baik. Sebaiknya perusahaan juga memperhatikan peranan *audit committee* dan komisaris independen agar berperan dengan baik dalam menjalankan tugasnya.

Penutup

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pembatasan populasi yang dijadikan sampel, periode sampel yang diambil hanya dari tahun 2017 hingga tahun 2019, *proxy* variabel dalam penelitian, dan hanya menggunakan 4 variabel independen. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan populasi penelitian, dapat menambah atau memperpanjang waktu pada populasi sampel, menggunakan *proxy* lainnya atau menambahkan *proxy* lainnya, dan menambahkan variabel independen yang lain kedalam penelitian.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Al-Sartawi, A. M., & Reyad, S. (2018). Signaling Theory and The Determinants of Online Financial Disclosure. *Department of Accounting and Economics*. 34 (3).
- Amijaya, T., Rini, I. D. P., & Mawardi, W. (2016). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividen, *Sales Growth* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Listed di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014). Universitas Diponegoro.
- Anjasari, S., & Andriati, H. (2016). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 11 (2), 52-59.
- Ayuning, C. S. Y., & Widyawati, D. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 5 (6).
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Fundamentals of Financial Mangement*, 14th Edition. Mason: South-Western Cengage Learning.
- Delves, D., & Patrick, B. (2010). Agency Theory Summary. Delves Group Corporate Governance Research. 20.
- Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 26 (1), 85-110.
- Febryana, H. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Pbulic di Bursa Efek Indonesia. Universitas Negeri Padang.
- Firmansyah. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Komisaris Independen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis*. 7 (3).
- Handayani, B. D. (2017). Mekanisme Corporate Governance, Enterprise Risk Management, dan Nilai perusahaan Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 21 (1), 70-81.
- Harahap, S. S. (2013). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Edisi 11. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hastuti, N. (2010). Analisis Pengaruh Periode Perputaran Persediaan, Periode Perputaran Hutang Dagang, Rasio Lancar, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Universitas Diponegoro.
- Hidayat, M. (2018). Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2014-2016. *Measurement*. 12 (2), 206-215.
- Husin, M., & Subardjo, A. (2016). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. (1976). "Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure", *Journal of Finance Economic*. 3, 305-360.
- Lestari, R. M., & Indarto. (2018). Pengaruh Leverage, Fixed Asset Intensity, dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan Revaluasi Aset sebagai Moderasi. Universitas Semarang.
- Megawati, W. S. (2020). The Effect of Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set, Leverage and Size of Companies on Corporate Value. *European Journal of Business and Management Research*. 5 (4).

- Mukhtaruddin., Relasari., & Felmania, M. (2014). Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Finance & Accounting Studies*, 2 (1).
- Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA*. 3 (1), 961-971.
- Putri, E. M., & Widyawati, D. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 8 (1).
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sunardi, N. (2019). Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Leverage sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018. *Jurnal Ilmiah Manajemen Frokamma*. 2 (3), 48-61.
- Tarmidi, D., Sari, N. P., & Sormin, F. (2020). Corporate Value: Impact of Sales Growth, Leverage, and Investment Opportunity Set. *South Asian Research Journal of Business and Management*. 2 (4), 99-103.
- Widyaningsih, D. (2018). Kepemilikan Instusional, Komisaris Independen, serta Komite Audit Pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. 19 (01), 38-52.