

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2017 – 2019

Hanna Cynthia* dan Merry Susanti

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: hanna.125180163@stu.untar.ac.id

Abstract:

Firm value is a benchmark for investors to invest their capital in the company. This study aims to examine the effect of intellectual capital, financial performance, sales growth, and firm size toward firm value. Sample was selected using purposive sampling method. The total sample is 120 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2017 to 2019, where each period consists of 40 companies, which are processed using Eviews 12. The results of the model feasibility test indicate that this study uses a random effect model as a panel data regression model. The results of this study based on multiple linear regression analysis stated that intellectual capital and sales growth have an insignificant influence on firm value, and financial performance and firm size have a significant influence on firm value.

Keywords: *Intellectual Capital, Financial Performance, Sales Growth, Firm Size, Firm Value.*

Abstrak:

Nilai perusahaan merupakan tolok ukur para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh modal intelektual, kinerja keuangan, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah seluruh sampel sebanyak 120 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 sampai dengan 2019, dimana setiap periode terdiri dari 40 perusahaan, yang diolah menggunakan *Eviews 12*. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan *random effect model* sebagai model regresi data panel. Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa modal intelektual dan pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, serta kinerja keuangan dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Modal Intelektual, Kinerja Keuangan, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.

Pendahuluan

Perusahaan manufaktur memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional menyebabkan semakin pesatnya laju perekonomian sehingga persaingan antarperusahaan semakin ketat. Pendirian suatu perusahaan memiliki tujuan utama, yaitu mendapatkan laba yang maksimal agar dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan dan para pemegang saham. Perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut. Para investor menjadikan nilai perusahaan sebagai tolak ukur untuk mengambil keputusan dalam menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Chabachib, Hersugondo, Septiviardi dan Pamungkas (2020) mengemukakan bahwa investor melihat nilai perusahaan sebagai aspek utama sebelum menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan.

Kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola keuangan perusahaan secara efisien dapat dilihat melalui nilai perusahaan. Manajemen perusahaan akan berusaha untuk menunjukkan kinerja yang baik dengan mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Manajemen perlu berpikir secara kritis dalam menjalankan operasi bisnis agar dapat berlangsung secara efektif dan efisien yang nantinya akan memengaruhi kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang sangat baik akan menarik para investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan menyebabkan nilai perusahaan juga semakin tinggi. Nilai perusahaan yang meningkat tentunya akan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham.

Suatu perusahaan dapat dinilai baik atau tidak dengan melihat banyak faktor. Penelitian ini akan menguji pengaruh modal intelektual, kinerja keuangan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berbagai strategi perlu dijalankan oleh perusahaan agar kelangsungan usahanya berjalan lancar dan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Pada era industri modern saat ini, perusahaan perlu untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimilikinya terutama kemampuan sumber daya manusia yang terus melakukan inovasi. Sumber daya manusia dan pengetahuan telah membentuk nilai tambah dan keunggulan bersaing dalam perusahaan modern untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan perlu memiliki *Value Added* (VA) dalam meningkatkan nilai perusahaan agar mampu bersaing dengan para kompetitor lain. Modal intelektual merupakan sumber daya yang berharga dan terampil berdasarkan pengetahuan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya dengan memanfaatkan modal intelektual secara efisien.

Selain modal intelektual, salah satu faktor utama dari keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang maksimal adalah kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan menunjukkan bahwa sebuah perusahaan mampu mengelola sumber daya yang ada sehingga dapat memberikan nilai kepada perusahaan tersebut. *Return on Asset* (ROA) adalah indikator untuk memberikan gambaran kepada manajer atau investor mengenai seberapa efisien manajemen perusahaan dalam memperoleh laba melalui pengelolaan aset yang dimilikinya. Pertumbuhan penjualan juga merupakan faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan jika terjadi peningkatan aktivitas yang konsisten selama operasinya. Peningkatan penjualan

dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menjalankan strateginya dan memiliki prospek yang baik di masa depan. Hal tersebut akan menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan juga mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan (Analisa & Sawir, 2011). Ukuran perusahaan menunjukkan kekuatan perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya dan menggambarkan besar kecilnya aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang besar dan stabil menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki laba yang tinggi sehingga akan menciptakan nilai perusahaan yang tinggi.

Nilai suatu perusahaan tak lepas dari pengaruh kondisi perekonomian makro. Pertumbuhan ekonomi yang baik akan meningkatkan kegiatan operasional perusahaan sehingga nilai perusahaan juga meningkat. Akan tetapi, pertumbuhan ekonomi yang turun akan membawa kerugian pada perusahaan karena terhambatnya kegiatan operasional perusahaan sehingga nilai perusahaan juga menurun. Nilai perusahaan yang menurun tentunya menyebabkan investor tidak tertarik untuk berinvestasi dan masih kurangnya kesadaran investor dalam menangkap sinyal yang baik mengenai nilai suatu perusahaan. Dengan adanya masalah tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi nilai perusahaan, seperti apakah modal intelektual, kinerja keuangan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2019. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan mengenai faktor apa saja yang memengaruhi nilai perusahaan sehingga dapat memaksimalkan laba serta meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan, dan membantu investor dalam menganalisa nilai suatu perusahaan sehingga mempermudah investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Kajian Teori

Signalling Theory. Teori ini mengemukakan bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal berupa informasi mengenai apa yang dilakukan perusahaan untuk merealisasikan keinginan pemilik kepada pengguna laporan keuangan yang dijelaskan oleh Spence (1973). Mustakini (2013) menyatakan bahwa informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Volume perdagangan saham akan mengalami perubahan apabila investor mendapatkan pengumuman informasi sebagai sinyal baik. Teori ini memiliki hubungan dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik dapat menjadi sinyal positif dan sebaliknya, nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi sinyal negatif. Para investor memiliki motivasi dalam melakukan investasi yaitu untuk memperoleh keuntungan.

Stewardship Theory. Teori ini merupakan suatu hubungan mengenai kepuasan antara pemangku kepentingan dan manajemen perusahaan (Donaldson & Davis, 1991). Podrug (2011) mengemukakan bahwa *stewardship theory* adalah teori dimana para manajer selalu bertindak searah dengan pemangku kepentingan untuk memaksimalkan kepentingan perusahaan dan lingkungan bisnis modern yang terus mengikuti perkembangan zaman.

Keberhasilan manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai tentunya akan memberikan kepuasan serta meningkatkan kesejahteraan pemangku kepentingan dan manajemen perusahaan.

Resource-Based Theory. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Wernerfelt (1984) yaitu *resource-based theory* adalah sebuah teori yang dikembangkan untuk menggambarkan bahwa perusahaan dapat meningkatkan keunggulan bersaing dengan mengembangkan semua sumber daya yang ada di perusahaan sehingga mampu mengarahkan perusahaan untuk bertahan secara jangka panjang. Barney (1991) menyatakan bahwa sumber daya merupakan aset berharga bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat memperoleh laba dengan mengembangkan keunggulan kompetitif untuk membantu menguatkan perusahaan. Sumber daya tersebut dapat berupa aset berwujud maupun aset tidak berwujud. Salah satu aset tidak berwujud adalah modal intelektual. Teori ini juga menjelaskan apabila perusahaan dapat mengendalikan modal intelektual yang dimiliki perusahaan secara optimal maka perusahaan mampu untuk menciptakan nilai tambah (*value added*).

Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan dijadikan sebagai persepsi investor sebelum menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan Chabachib *et al.* (2020) yang mengemukakan bahwa aspek utama yang akan dilihat investor sebelum menanamkan modalnya pada suatu perusahaan adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi dimana manajemen perusahaan berhasil dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan sehingga nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya.

Modal Intelektual. Tiga komponen dasar yang terdapat dalam modal intelektual terdiri atas *human capital*, *structural capital*, dan *customer capital* (Subaida, Nurkholis & Mardiaty, 2018). Modal intelektual merupakan aset tidak berwujud yang menggabungkan semua pengetahuan tentang karyawan, organisasi, dan kapasitas mereka untuk menciptakan nilai tambah pada perusahaan yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif.

Kinerja Keuangan. Laba bersih yang dimiliki perusahaan biasanya digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan (Subaida *et al.*, 2018). Kinerja keuangan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki sesuai dengan aturan yang berlaku. Kinerja keuangan perusahaan yang dikelola secara efektif akan meningkatkan laba sehingga mencerminkan bahwa prospek perusahaan sangat baik dan menarik investor untuk meningkatkan permintaan atas saham perusahaan. Hal tersebut menyebabkan nilai perusahaan akan meningkat.

Pertumbuhan Penjualan. Pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa yang akan datang karena memberikan gambaran mengenai pencapaian perusahaan di masa lalu (Chabachib *et al.*, 2020). Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan yang baik akan menarik calon investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, dan tingkat penjualan rata-rata (Chabachib *et al.*, 2020). Jumlah aset perusahaan dapat menunjukkan besar kecilnya ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menciptakan pangsa pasar yang lebih besar sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan akan mudah memperoleh dana dari luar perusahaan dalam bentuk modal saham atau hutang apabila perusahaan memiliki ukuran yang besar dengan kondisi yang stabil.

Kaitan Antar Variabel

Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan. Modal intelektual, yang terdiri atas *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed*, merupakan *intangible asset* yang berkaitan dengan pengetahuan dan teknologi informasi dalam menciptakan nilai tambah. *Human capital* adalah pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki karyawan. Prasarana yang memungkinkan berfungsinya *human capital* adalah *structural capital*. *Customer capital* adalah kekuatan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Besarnya modal intelektual yang dimiliki perusahaan memengaruhi tingginya nilai perusahaan karena modal intelektual menggambarkan salah satu aset yang berkontribusi sebagai keunggulan kompetitif dari sebuah organisasi untuk bersaing sehingga akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Hubungan antara modal intelektual dengan nilai perusahaan dapat dijelaskan menggunakan *resource-based theory*, dimana perusahaan mengelola modal intelektual dengan menggabungkan semua pengetahuan tentang karyawan, organisasi, dan kapasitas mereka untuk menciptakan nilai tambah pada perusahaan yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Dewi dan Badjra (2017), serta Adang (2019) menemukan bahwa modal intelektual berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan berarti perusahaan yang dapat mengelola sumber daya yang dimiliki secara efisien tentunya akan memberikan keunggulan bersaing sehingga akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan.

Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan tidak boleh diabaikan oleh perusahaan dalam mencapai nilai perusahaan yang baik. Kinerja keuangan dapat diukur dari laba bersih perusahaan, salah satunya adalah *Return On Asset* (ROA). Perusahaan yang memperoleh laba semakin besar tidak menjamin bahwa nilai perusahaan tersebut juga akan meningkat. Laba yang semakin besar menyebabkan perusahaan memperoleh pinjaman dana lebih mudah dari pihak manapun sehingga meskipun laba meningkat namun perusahaan memiliki hutang yang tinggi maka belum tentu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Pratama dan Wiksuana (2018) menemukan bahwa kinerja keuangan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang memperoleh peningkatan laba tidak menjamin bahwa nilai perusahaan tersebut juga akan meningkat.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat mencerminkan bahwa perusahaan telah beroperasi dengan baik. Perusahaan dikatakan berhasil menjalankan strateginya apabila tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan semakin tinggi. Hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan dapat dijelaskan menggunakan *signalling theory*, dimana informasi mengenai keberlangsungan suatu perusahaan dapat dilihat dari dan dijadikan sebagai alat

analisis oleh calon investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi. Jadi, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan maka akan semakin banyak investor yang menanamkan modalnya sehingga akan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Hasil penelitian Sariani, Ardianti, Wijayanti, Utami dan Astakoni (2021) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan berarti investor melihat perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik untuk masa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dari jumlah aset perusahaan. Perusahaan dengan jumlah aset yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan dapat dijelaskan menggunakan *signalling theory*, dimana perusahaan yang besar dan stabil memiliki prospek yang baik sehingga akan memberikan sinyal positif kepada investor. Jadi, semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut stabil sehingga dapat meningkatkan kepercayaan para investor untuk menanamkan modalnya. Para investor yang membeli saham menyebabkan harga saham perusahaan akan naik. Harga saham perusahaan yang naik tentunya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Sari (2018), Jaya dan Susanti (2019), serta Chabachib *et al.* (2020) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat menciptakan pangsa pasar yang lebih besar sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

Pengembangan Hipotesis

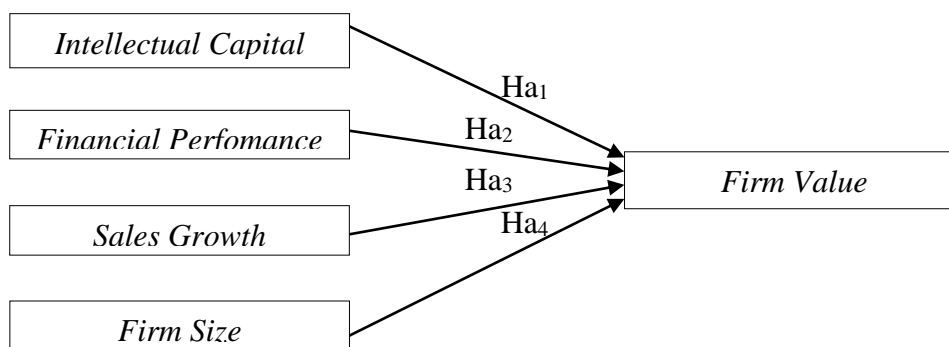
Berdasarkan penelitian Adang (2019) menyatakan bahwa modal intelektual berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, penelitian dari Wafiyudin, Pratama, Fitriani dan Rachmawati (2020) menemukan bahwa modal intelektual memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ha₁: Modal intelektual berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Pratama dan Wiksuana (2018) menemukan bahwa kinerja keuangan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, tetapi Andhieka dan Retnani (2017) menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Rahmantio, Saifi dan Nurlaily (2018), Al-Nsour dan Al-Muhtadi (2019), Robiyanto, Nafiah, Harijono dan Inggarwati (2020), serta Luu (2021) menemukan bahwa kinerja keuangan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ha₂: Kinerja keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sariani dkk. (2021) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi Sari (2018) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Adfentari, Sumiati dan Fauzi (2020), Chabachib *et al.* (2020), serta Luu (2021) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ha₃: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sari (2018), Jaya dan Susanti (2019), serta Chabachib *et al.* (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi Rahmantio dkk. (2018) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Rahmantio dkk. (2018) dan Wafiyudin *et al.* (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ha₄: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Model penelitian berdasarkan kerangka pemikiran dan hipotesis di atas adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Metodologi

Penelitian ini termasuk dalam desain penelitian deskriptif dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2019 pada *website* resmi BEI (www.idx.co.id) atau *website* masing-masing perusahaan dan diolah menggunakan *Eviews* 12. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah *purposive sampling* dengan kriteria: 1) perusahaan manufaktur yang terdaftar secara berturut-turut di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2019, 2) perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan per 31 Desember selama periode 2017 – 2019, 3) perusahaan manufaktur yang memperoleh laba (*profit*) selama periode 2017 – 2019, dan 4) perusahaan manufaktur yang mengalami kenaikan total penjualan berturut-turut selama periode 2017 – 2019. Jumlah seluruh sampel sebanyak 120 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2019, dimana setiap periode terdiri dari 40 perusahaan.

Variabel operasional dan proksi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel Operasional dan Proksi

No.	Variabel	Proksi	Skala	Sumber
1.	Nilai Perusahaan	$TQ = \frac{MVE+D}{BVE+D}$	Rasio	Subaida <i>et al.</i> (2018)
2.	Modal	$VA = OUT - IN$	Rasio	Subaida <i>et al.</i>

	Intelektual	$SC = VA - HC$ $HCE = \frac{VA}{HC} \quad SCE = \frac{SC}{VA} \quad CEE = \frac{VA}{CE}$ $VAIC = HCE + SCE + CEE$				(2018)
3.	Kinerja Keuangan	$ROA = \frac{Net\ Profit}{Total\ Asset}$			Rasio	Subaida <i>et al.</i> (2018)
4.	Pertumbuhan Penjualan	$Sales = \frac{Sales(t) - Sales(t-1)}{Sales(t-1)}$			Rasio	Chabachib <i>et al.</i> (2020)
5.	Ukuran Perusahaan	$Size = Ln(Total\ Asset)$			Rasio	Chabachib <i>et al.</i> (2020)

Penelitian ini menganalisis data melalui beberapa pengujian, yaitu uji statistik deskriptif, uji kelayakan model untuk memperoleh model yang dapat digunakan dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas dan uji multikolinearitas, serta analisis regresi linier berganda yang meliputi uji koefisien determinasi, uji pengaruh simultan (uji F), dan uji pengaruh parsial (uji t).

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Hasil uji statistik deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan, modal intelektual, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan memiliki sebaran data dengan tingkat variasi yang kecil sehingga stabil. Sebaliknya, kinerja keuangan perusahaan bersifat heterogen yang berarti variabel tersebut memiliki sebaran data dengan tingkat variasi yang besar sehingga tidak stabil.

Model yang didapatkan pada pemilihan model regresi data panel adalah *random effect model*. Oleh karena itu, perlu dilakukan beberapa uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas dan uji multikolinearitas. Hasil uji sampel data perusahaan dinyatakan terdistribusi normal apabila nilai probabilitas (*P-value*) ≥ 0.05 , sedangkan apabila nilai probabilitas (*P-value*) < 0.05 maka data residual tidak terdistribusi normal. Hasil dari uji normalitas pada seluruh sampel data perusahaan yang menggunakan uji *Jarque-Bera* memperoleh nilai probabilitas ≥ 0.05 yaitu sebesar 0.061527. Oleh karena itu, hasil uji data sampel perusahaan dinyatakan terdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa korelasi antar variabel independen < 0.90 berarti tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji kelayakan model yang terdiri dari *chow test*, *hausman test*, *lagrange multiplier test* menunjukkan bahwa model yang paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM). Hasil pengujian sampel data perusahaan menggunakan *random effect model* dapat dilihat pada **tabel 2**:

Tabel 2. Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel REM

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	-0.620810	0.413687	-1.500674	0.1362
IC	0.012905	0.015914	0.810948	0.4191
ROA	-0.648007	0.262385	-2.469681	0.0150
GROWTH	0.007910	0.033925	0.233171	0.8160
SIZE	0.035837	0.014178	2.527689	0.0128

<i>Adjusted R-squared</i>	0.121970
<i>Prob(F-statistic)</i>	0.000768

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda yang dijalankan dengan *random effect model* pada **tabel 2**, maka penelitian ini merumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$TQ = -0.620810 + 0.012905IC - 0.648007ROA + 0.007910GROWTH + 0.035837SIZE + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda, nilai konstanta sebesar -0.620810 . Oleh karena itu, nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Tobin's Q* adalah sebesar nilai konstanta, yaitu -0.620810 apabila seluruh variabel independen yang terdiri dari modal intelektual, kinerja keuangan, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan bernilai nol. Modal intelektual mempunyai pengaruh positif ($\beta = 0.012905$) dan tidak signifikan ($\text{sig.} = 0.4191$) terhadap nilai perusahaan berarti jika modal intelektual meningkat maka nilai perusahaan akan naik dengan asumsi nilai dari variabel independen lainnya konstan. Kinerja keuangan mempunyai pengaruh negatif ($\beta = -0.648007$) dan signifikan ($\text{sig.} = 0.0150$) terhadap nilai perusahaan berarti jika kinerja keuangan meningkat maka nilai perusahaan akan turun dengan asumsi nilai dari variabel independen lainnya konstan. Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif ($\beta = 0.007910$) dan tidak signifikan ($\text{sig.} = 0.8160$) terhadap nilai perusahaan berarti jika pertumbuhan penjualan meningkat maka nilai perusahaan akan naik dengan asumsi nilai dari variabel independen lainnya konstan. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif ($\beta = 0.035837$) dan signifikan ($\text{sig.} = 0.0128$) terhadap nilai perusahaan berarti jika ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan akan naik dengan asumsi nilai dari variabel independen lainnya konstan.

Hasil uji F berdasarkan **tabel 2** menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*F-statistic*) yang diperoleh lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0.000768. Nilai $F < 0.05$ menunjukkan bahwa semua variabel independen yang terdiri atas modal intelektual, kinerja keuangan, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan.

Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada **tabel 2** yang menunjukkan nilai *adjusted R²* yang diperoleh sebesar 0.121970. Nilai *adjusted R²* tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen dapat dijelaskan sebesar 12.197% oleh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 87.803% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian ini, modal intelektual dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, kinerja keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan para investor menganggap investasi pada modal intelektual memiliki tingkat kepastian yang rendah sehingga masih kurangnya kesadaran investor dalam menangkap sinyal yang baik tentang modal intelektual dalam suatu perusahaan. Perusahaan yang memperoleh

peningkatan laba juga tidak menjamin bahwa nilai perusahaan tersebut akan meningkat dan manajemen perusahaan tidak bekerja secara efisien sehingga menyebabkan kenaikan biaya lebih besar daripada kenaikan penjualan. Ukuran perusahaan yang besar dengan prospek yang baik akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya dengan cara membeli saham sehingga harga saham perusahaan akan naik yang berarti adanya peningkatan nilai perusahaan.

Penutup

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penambahan variabel independen lainnya yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur modal (*capital structure*), peluang investasi (*investment opportunity set*), pertumbuhan aset perusahaan (*firm growth*), dan kepemilikan institusional (*institutional ownership*). Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menggunakan sektor perusahaan lain, seperti sektor pertanian; sektor pertambangan; sektor properti dan *real estate*; sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi; sektor keuangan; serta sektor perdagangan, jasa dan investasi. Sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan periode penelitian pada tahun berikutnya sehingga data lebih *up to date*. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan proksi lain dalam mengukur nilai perusahaan sebagai variabel dependen, seperti *Price to Book Value* (PBV) dan *Price Earning Ratio* (PER).

Daftar Rujukan/Pustaka

- Adang, F. (2019). Pengaruh Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility, dan Sales Growth terhadap Firm Value. *Jurnal Bina Akuntansi*, 6(1), 48-75.
- Adfentari, I., Sumiati, A., & Fauzi, A. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016–2018. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 1(2), 386-395.
- Al-Nsour, O. J., & Al-Muhtadi, A. (2019). Capital Structure, Profitability and Firm's Value: Evidence from Jordan. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(20), 73-80.
- Analisa., & Sawir. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2).
- Andhieka, K. T., & Retnani, E. D. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(9), 1-18.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Chabachib, M., Hersugondo, H., Septiviardi, D., & Pamungkas, I. D. (2020). The Effect of Investment Opportunity Set and Company Growth on Firm Value: Capital Structure as an Intervening Variable. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(11), 139-156.
- Dewi, A. A. A. K., & Badjra, I. B. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Aktiva Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2161-2190.

- Donaldson, L., & Davis, J. H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 49-66.
- Jaya, S. H., & Susanti, M. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(4), 1049-1056.
- Luu, D. H. (2021). The Impact of Capital Structure on Firm Value: A Case Study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 287-292.
- Mustakini, J. H. (2013). *Teori dan Analisis Investasi Edisi Kedelapan*. Yogyakarta: BPF.
- Podrug, N. (2011). The Strategic Role of Managerial Stewardship Behaviour for Achieving Corporate Citizenship. *Ekonomski Pregled*, 627(8), 404-420.
- Pratama, A., & Wiksuana. (2018). Pengaruh Firm Size Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(5), 1289-1318.
- Rahmantio, I., Saifi. M., & Nurlaily, F. (2018). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Equity, Return on Asset, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012–2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 151-159.
- Robiyanto, R., Nafiah, I., Harijono, H., & Inggarwati, K. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan Dan Pariwisata Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14(1), 46-57.
- Sari, P. P. (2018). Do Foreign Ownership, Financial Leverage, Inflation and Firm Size Influence to Firm Value? Evidence in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 2(1), 16-26.
- Sariani, N. L. P., Ardianti, P. N. H., Wijayanti, N. W., Utami, N. M. S., & Astakoni, I. M. P. (2021). Determinan Nilai Perusahaan dengan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Research Jurnal Ekobistek*, 20(3), 168-173.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Subaida, I., Nurkholis, & Mardiaty, E. (2018). Effect of Intellectual Capital and Intellectual Capital Disclosure on Firm Value. *Journal of Applied Management*, 16(1), 125-135.
- Wafiyudin, M., Pratama, B. C., Fitriani, A., & Rachmawati, E. (2020). The Effect of Institutional Ownership, Intellectual Capital and Company Size towards Company Value. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(3), 343-353.
- Wernerfelt. (1984). A Resource-Based View of The Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.