

**PENGARUH PERTUMBUHAN LABA, PERTUMBUHAN
PENJUALAN, LIKUIDITAS DAN RISIKO BISNIS PADA NILAI
PERUSAHAAN, DI MODERASI UKURAN PERUSAHAAN
(STUDI SEKTOR BARANG KONSUMER PRIMER BEI TAHUN 2019-2023)**

Edi Candra¹; Elfiswandi²; Lusiana³

Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang^{1,2,3}

Email: candraisna2010@gmail.com¹; elfiswandi@upiyptk.ac.id²;
lusiana@upiyptk.ac.id³

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu mencari dan menguji secara empirik pengaruh pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas serta risiko bisnis pada nilai perusahaan dan dimoderasi oleh ukuran perusahaan di perusahaan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada Sektor Barang Konsumer Primer periode tahun 2019 - 2023. Populasi dari penelitian terdiri dari 125 perusahaan dalam sektor barang konsumer primer yang ada pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2023. Terpilih dari populasi sejumlah 35 perusahaan menjadi sampel. Dengan total pengamatan 5 tahun maka diperoleh sebanyak 175 sampel. Teknik purposive sampling digunakan dalam memilih sampel di penelitian ini dengan memakai sejumlah kriteria tertentu yang sebelumnya telah ditetapkan. Pengujian dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda, pengujian asumsi klasik, serta uji hipotesa dengan melakukan pengujian parsial (uji t), pengujian simultan (uji F) serta pengujian koefisien determinasi (R²) untuk melakukan uji pengaruh dari variabel bebas atas variabel terikat dan pengaruh variabel moderasi. Temuan dalam penelitian antara lain adalah bahwa pertumbuhan laba dan risiko bisnis tidak memberi pengaruh signifikan pada nilai perusahaan, disisi lain pertumbuhan penjualan dan likuiditas mampu memberi pengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Kemampuan moderasi ukuran perusahaan terlihat pada pengaruh pertumbuhan penjualan dan likuiditas atas nilai Perusahaan, tapi ukuran perusahaan tidak memberi efek memoderasi hubungan antara pertumbuhan laba serta risiko bisnis atas nilai perusahaan.

Kata kunci : Pertumbuhan Laba; Pertumbuhan Penjualan; Likuiditas; Risiko Bisnis; Nilai Perusahaan; Ukuran Perusahaan

ABSTRACT

The purpose of this study is to find and empirically test the effect of profit growth, sales growth, liquidity and business risk on company value moderated by company size in companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the Primary Consumer Goods Sector for the period 2019-2023. The population of the study consisted of 125 companies in the primary consumer goods sector on the Indonesia Stock Exchange for the period 2019-2023. 35 companies were selected as samples. With a total observation of 5 years, 175 samples were obtained. This study took samples using purposive sampling techniques, using a number of specific criteria that had been previously determined. Testing in the study used multiple regression analysis, classical assumption testing, and hypothesis testing by conducting partial tests (t-test), simultaneous tests (F-test) and determination coefficient tests (R²) to test the effect of independent variables on dependent variables and the effect of moderating variables. The findings in the study include that profit growth and business risk do not have a

significant effect on company value, on the other hand sales growth and liquidity can have a significant effect on company value. The moderating ability of company size is seen in the influence of sales growth and liquidity on company value, but company size is not able to moderate the relationship between profit growth and business risk on company value.

Keywords : Profit Growth; Sales Growth; Liquidity; Business Risk; Company Value; Company Size

PENDAHULUAN

Tingginya nilai perusahaan akan membuat tertarik banyak pemilik modal dan pihak lain untuk berperan serta menempatkan kepemilikannya di suatu perusahaan. Sucuahi *et al.* (2016) dikutip dalam (Dewi & Sujana, 2019) mengemukakan pentingnya menentukan kehandalan investasi dari nilai perusahaan. Berbagai faktor dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satu yang harus diperhatikan investor ialah pertumbuhan laba yang ditentukan berdasarkan persentase kenaikan laba antar periode ke periode berikutnya. Pertumbuhan laba perusahaan yang konstan menjadi perhatian para investor, karena modalnya yang ditanamkan investor dalam saham dengan tujuan agar memperoleh laba di setiap periodenya. Penelitian (Suryani, 2020) menemukan pertumbuhan laba memberi pengaruh positif serta signifikan pada nilai perusahaan.

Pertumbuhan atas penjualan juga memberi pengaruh bagi nilai dari perusahaan. (Barton *et al.*, 1989) dalam (Dewi & Sujana, 2019) mengungkapkan kalau pertumbuhan penjualan bisa menunjukkan indikasi kesuksesan investasi pada masa lampau dan menjadi dasar untuk prakiraan pertumbuhan pada masa depan. Ini dikuatkan dengan hasil pengujian oleh (Pramesti *et al.*, 2021) dimana menemukan fakta pertumbuhan penjualan memberi pengaruh positif bagi nilai suatu perusahaan. Likuiditas merupakan komponen indikasi keuangan lain memberi dampak terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk melunasi kewajibannya dengan tepat waktu maka perusahaan itu likuid atau dalam arti lain mempunyai alat untuk membayar atau aset lancar yang lebih banyak dibanding utang lancar atau utang jangka pendeknya (Munawir, 2004).

Faktor lainnya yang memberi pengaruh atas nilai perusahaan yaitu risiko bisnis. (Weston, 1996) menafsirkan risiko bisnis sebagai ketidakpastian perkiraan perusahaan terhadap derajat imbal balik berupa laba di masa depan. (Brigham & Houston, 2006) berpendapat perusahaan yang menanggung risiko bisnis yang besar menyebabkan pemanfaatan utang untuk sumber pendanaan menjadi meningkat. Ukuran perusahaan

memakai nilai total aset untuk skala pengukurannya dijadikan variabel moderasi penelitian. Brigham & Houston (2011) dalam (Isra Makmur et al., 2022) ukuran perusahaan ialah ukuran besar kecil suatu perusahaan dengan mengklasifikasikannya dengan berbagai cara antara lain atas dasar jumlah pendapatannya, total asetnya dan total ekuitasnya.

Paparan yang dijelaskan sebelumnya tersebut menarik keinginan penulis untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas dan Risiko Bisnis Pada Nilai Perusahaan, di Moderasi Ukuran Perusahaan (Studi Sektor Barang Konsumer Primer BEI Tahun 2019-2023)”.

Berdasarkan penjelasan terkait pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas, risiko bisnis serta nilai perusahaan diatas, rumusan masalah terkait dengan penelitian adalah apakah pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas serta risiko bisnis mempengaruhi nilai perusahaan bergerak didalam Sektor Barang Konsumer Primer BEI tahun 2019-2023? Mampukah ukuran perusahaan memberi pengaruh moderasi atas keempat variabel tersebut pada nilai perusahaan?

Tujuan yang diharapkan bisa tercapai didalam penelitian yaitu menemukan dan melakukan pengujian empiris terhadap pengaruh pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas serta risiko bisnis pada nilai perusahaan didalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia jangka waktu 2019-2023. Disamping itu juga juga ingin dicari dan diuji moderasi dampak ukuran perusahaan atas pengaruh dari pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas serta risiko bisnis atas nilai perusahaan bagi perusahaan Sektor Barang Konsumer Primer di Bursa Efek Indonesia dalam jangka waktu 2019-2023.

TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

Teori Keagenan

Keagenan bisa digambarkan sebagai bentuk hubungan kontrak antar satu atau lebih orang (prinsipal) memberi perintah kepada pihak lain (agen) dalam hal memberikan tindakan jasa mengatasnamakan prinsipal serta melimpahkan kewewenangan pada agen dalam menentukan keputusan terbaik. Teori keagenan menerangkan keterkaitan hubungan antar pihak *agent* (manajemen) dan *principal*. Jensen dan Meckling dalam (Apriliana & Fidiana, 2021) mengungkapkan bahwa *agency theory* menerangkan hubungan antara pemilik saham dengan manajemen, yaitu tindakan

pemilik sebagai prinsipal untuk memindahkan wewenang dan tanggung jawabnya ke manajemen yang ditunjuknya dalam pengambilan keputusan.

Teori Signalling

Signalling Theory ialah teori yang dikemukakan oleh Ross (1977) merupakan pemberian petunjuk terhadap investor mengenai sudut pandang manajemen untuk kedepannya perusahaan. Sinyal yang baik untuk perusahaan adalah hal penting dalam pengambilan keputusan investor apabila membeli sebuah saham suatu perusahaan (Diyanti & Anwar, 2021). Teori sinyal menjabarkan bagaimana tindakan yang harusnya dilakukan sebuah perusahaan untuk memberi sinyal bagi pihak yang memanfaatkan laporan keuangan perusahaan. Dinyatakan oleh (Brigham & Houston, 2014) kalau sinyal mengindikasikan suatu langkah oleh pihak manajemen suatu perusahaan dan akan berguna sebagai arahan untuk investor dalam menangkap cara pandang manajemen dalam menilai prospek perusahaan. *Signaling theory* yang diapungkan oleh (Bhattacharya, 1979), berupa pergerakan harga saham yang terjadi sebagai dampak dari informasi terkait dengan pengumuman perubahan dividen. Harapan investor adalah adanya perubahan dividen merupakan sinyal ramalan adanya laba dari pihak manajemen.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diasumsikan sebagai penilaian jual bagi perusahaan yang merupakan suatu bentuk usaha sedang dijalankan (Sartono, 2010) dalam (Siringoringo & Hutabarat, 2019). (Harmono, 2017) berpendapat bahwa ada bermacam-macam metode yang memungkinkan untuk dapat digunakan dalam menghitung serta pengukuran nilai perusahaan misalnya memakai metode *Price To Book Value* (PBV). Pengukuran nilai PBV dengan memperbandingkan nilai pasar investasi perusahaan dengan biaya untuk memperolehnya. Makin tinggi rasio nilai *Price To Book Value* akan makin tinggi pula nilai perusahaan dimata para penanam modal. Rumusan nilai perusahaan menurut (Brigham & Houston, 2006) sebagai berikut:

$$PBV = \frac{MPS}{BPS}$$

Keterangan:

MPS = *Market Price Per Share* (Harga Pasar per saham)
BPS = *Book Price Per Share* (Nilai Buku per saham)

Pertumbuhan Laba

Labanya dapat diartikan sebagai selisih lebih dari pendapatan dibandingkan dengan beban/biaya yang berkaitan untuk melakukan kegiatan usaha. Bila pendapatan lebih

sedikit dibandingkan beban yang keluar maka disebut rugi. Peritunga laba atau rugi dilakukan secara periodik iasanya dalam satu tahun kalender (Soemarso, 2010). Laba bisa diartikan imbalan atas usaha yang dijalankan perusahaan untuk memproduksi barang dan jasa. Laba bisa juga dianggap sebagai kelebihan pendapatan atas biaya yang digunakan (Suwardjono, 2008). Perhitungan pertumbuhan laba menggunakan rumus berikut ini:

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba Tahun } t - \text{Laba Tahun } t-1}{\text{Laba Tahun } t-1}$$

H₁: Diduga Pertumbuhan Laba berpengaruh signifikan atas Nilai Perusahaan dalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia pada jangka waktu 2019-2023.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan memperlihatkan perkembangan perusahaan. Perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya lebih tinggi dari kompetitor bisa memberikan gambaran tingginya pertumbuhan perusahaan tersebut (Barton et al. (1989) dalam (Dewi & Sujana, 2019)). Dengan hasil perkembangan penjualan berada pada tingkat lebih konstan maka perusahaan memiliki kesempatan lebih luas dalam memperoleh pinjaman sehingga akan dibebankan biaya tetap yang lebih tinggi (Brigham & Houston, 2014). Perusahaan yang memiliki peningkatan pertumbuhan yang pesat musti lebih dominan memakai sumber permodalan dari luar institusinya atas dasar pertimbangan *floating cost* yang akan mereka tanggung.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Tahun } t - \text{Penjualan Tahun } t-1}{\text{Penjualan Tahun } t-1}$$

H₂: Diduga pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan signifikan atas Nilai Perusahaan dalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia pada jangka waktu 2019-2023.

Likuiditas

Likuiditas bisa diartikan kondisi kemampuan perusahaan untuk menjadikan aset yang mereka miliki kedalam bentuk kas atau memperoleh kas untuk membayar utang jangka pendek atau periode hingga satu tahun (Subramanyam, 2014). Rumus pengukuran likuiditas dengan menggunakan modal kerja atau lebih umum dikenal dengan sebutan current ratio.

$$\text{Likuiditas (Current Ratio)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

H₃: Diduga Likuiditas berpengaruh signifikan signifikan atas Nilai Perusahaan dalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia pada jangka waktu 2019-2023.

Risiko Bisnis

Risk dan *return* merupakan konsep yang awal pertama kali dipopulerkan Harry Markowitz pada tahun 1955. Markowitz mengemukakan model yang kemudian terkenal sebagai *two-parameter model*. Secara garis besar model ini menerangkan kalau penanam modal harus memusatkan perhatian terhadap dua hal: (a) Harapan atas return terhadap kepemilikan aset dan (b) Risiko yang dapat terlihat dari kemungkinan penyimpangan pengembalian aset tersebut. (Weston, 1996) berpendapat kalau risiko bisnis yaitu ketidakpastian perkiraan perusahaan terhadap tingkat imbal balik atau keuntungan pada masa depan. Risiko bisnis dikalkulasikan dengan perbandingan antara pertumbuhan *earning before income tax* (EBIT) dan pertumbuhan penjualan.

$$\text{Risiko Bisnis} = \frac{\left[\frac{\text{EBIT Tahun } t - \text{EBIT Tahun } t-1}{\text{EBIT Tahun } t-1} \right]}{\left[\frac{\text{Penjualan Tahun } t - \text{Penjualan Tahun } t-1}{\text{Penjualan Tahun } t-1} \right]}$$

H₄ : Diduga Risiko Bisnis berpengaruh signifikan signifikan atas Nilai Perusahaan dalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia pada jangka waktu 2019-2023.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan pengukuran besar atau kecilnya perusahaan dengan pengklasifikasiannya berdasarkan beberapa metode misalkan menggunakan ukuran pendapatannya, total asetnya atau total ekuitasnya (Brigham & Houston (2011) dalam (Isra Makmur et al., 2022)). Ukuran perusahaan bisa dilakukan pengukurannya dengan menjadikan nilai logaritma natural (Ln) atas nilai total aset perusahaan (Harahap, 2011). Penggunaan total aset didasari atas pertimbangan kalau total aset bisa mencerminkan ukuran perusahaan dan ada dugaan mempengaruhi akan ketepatan waktu.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN} (\text{Total Aset})$$

H₅: Pengaruh Pertumbuhan Laba pada Nilai Perusahaan dalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia pada jangka waktu tahun 2019-2023 Dimoderasi Ukuran Perusahaan.

H₆: Pengaruh Pertumbuhan Penjualan pada Nilai Perusahaan dalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia pada jangka waktu tahun 2019-2023 Dimoderasi Ukuran Perusahaan.

H₇: Pengaruh Likuiditas pada Nilai Perusahaan dalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia pada jangka waktu tahun 2019-2023 Dimoderasi Ukuran Perusahaan.

H₈: Pengaruh Risiko Bisnis pada Nilai Perusahaan dalam Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia pada jangka waktu tahun 2019-2023 Dimoderasi Ukuran Perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terhadap variabel yang akan diteliti telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu. (Suryani, 2020) didalam penelitiannya memperoleh hasil penelitian yakni dimana pertumbuhan laba mempengaruhi nilai perusahaan (PBV) secara positif serta signifikan. Sementara (Likha & Fitria, 2019) mendapatkan temuan penelitian pertumbuhan laba memberikan dampak pengaruh yang negatif kepada nilai perusahaan sedangkan likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif. Dalam pengujian lain terkait pertumbuhan penjualan (Pramesti et al., 2021) menemukan hasil pengujian pertumbuhan penjualan mempengaruhi secara positif dan signifikan atas nilai perusahaan. Demikian juga dengan pengujian dari (Dewi & Sujana, 2019) atas pengaruh likuiditas, pertumbuhan penjualan dan risiko bisnis pada nilai perusahaan menemukan kaitan yang positif diantara pertumbuhan penjualan serta nilai perusahaan. Demikian juga dengan pengaruh likuiditas pada nilai suatu Perusahaan. Sementara risiko bisnis mempengaruhi secara negatif pada nilai perusahaan. Hasil temuan penelitian (Isra Makmur et al., 2022) mendapati pengaruh positif serta signifikan dari risiko bisnis pada nilai perusahaan.

Penelitian terkait moderasi ukuran perusahaan atas pengaruh pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas serta risiko bisnis pada nilai perusahaan ditemukan hasil: (Mufidah et al., 2024) menemukan bahwa dampak pertumbuhan laba pada nilai perusahaan terpengaruh secara signifikan dengan adanya moderasi ukuran perusahaan. (Ikhsan et al., 2023) menemukan bahwa ukuran perusahaan belum signifikan mampu memperkuat efek moderasi terhadap pengaruh pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan. (Andriyanti & Khuzaini, 2023) dan (Ayem & Tamu Ina, 2023) memperoleh hasil bahwa pengaruh likuiditas pada nilai perusahaan dimoderasi ukuran perusahaan. (Anisah et al., 2023) menemukan ukuran perusahaan bukan merupakan pertimbangan utama untuk menguatkan atau melemahkan hubungan antara risiko bisnis dan nilai

perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikirin yang dikembangkan didalam penelitian terlihat pada gambar 1.

METODOLOGI PENELITIAN

Defenisi Operasional Variabel

Didalam penelitian ini akan dianalisa secara empiris pengaruh pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas serta risiko pada nilai perusahaan serta juga menambahkan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan untuk perusahaan di Sektor Barang Konsumer Primer Bursa Efek Indonesia. Merujuk dari judul yang diteliti, defenisi operasional variabel-variabel yang dijadikan objek penelitian dapat dijelaskan di tabel 2.

Populasi dan Sampel

Populasi didalam penelitian yang dilakukan merupakan per usahaan dalam sektor barang konsumen primer yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 dimana datanya dipublikasikan padasitus <https://www.idx.co.id/id>. Populasi penelitian terdiri dari 125 perusahaan. Penelitian memilih sampel berdasarkan ketentuan dengan memakai cara *Purposive Sampling* dan berpedoman pada kriteria sampel yang telah ditetapkan sebelumnya. Sampel yang terpilih dan diambil sejumlah 35 perusahaan.

Analisa Regresi Berganda

Penggunaan analisis regresi linear berganda adalah agar dapa diketahui arah dan besarnya variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas terhadap (Ghozzali, 2018). Penggunaan analisis ini adalah untuk dapat diteliti adanya hubungan sebab akibat antara variabel serta seberapa besarkah variabel terikat yaitu nilai perusahaan dipengaruhi pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas, serta risiko bisnis terhadap. Dalam analisis ini menggunakan rumus analisis sebagai berikut:

Persamaan 1 :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{3it} + e$$

Persamaan 2 :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 Z + \beta_6 X_{1Z} + \beta_7 X_{2Z} + \beta_8 X_{3Z} + \beta_9 X_{4Z} + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Nilai Perusahaan)
- α = Konstanta
- β_1-9 = Koefisian Regresi Varibel Bebas
- X_{1it} = Pertumbuhan laba perusahaan i periode t

X2it	=	Pertumbuhan penjualan perusahaan i periode t
X3it	=	Likuiditas perusahaan i periode t
X4it	=	Risiko bisnis perusahaan i periode t
Z	=	Moderating (Ukuran Perusahaan)

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Gambaran Objek Penelitian

Pendekatan kuantitatif dilakukan didalam melakukan penelitian dan memakai data yang merupakan data sekunder berupa laporan keuangan serta tambahan dari laporan tahunan. Sampel penelitian yang dipakai merupakan perusahaan pada sektor barang konsumen primer dan sampel dipilih dengan dasar kriteria yang telah diatur sebelumnya. Teknik pengambilan sampel diambil dengan memakai purposive sampling serta jumlah data yang akan diolah berjumlah 105 sampel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas data yang dilakukan dengan aplikasi SPSS 26 dengan menggunakan uji hasil *Kolmogorov-Smirnov* dapat terlihat didalam tabel 2.

Output tabel 2 menampilkan hasil pengujian normalitas kolmogorov smirnov, dimana hasil Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 ($>0,05$). Hasil uji Kolmogorov-Smirnov lebih $> 0,05$ karenanya dapat ditarik kesimpulan kalau data tersebut distribusinya secara normal dan lolos uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan agar dapat mencari tahu ada atau tidaknya keterkaitan yang erat yang terjadi antar variabel-variabel bebas didalam penelitian. Hasil uji multikolinearitas dianggap layak jika hasil skor *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 serta nilai tolerance lebih dari 10%.

Variabel yang masuk didalam model BEBAS (Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, Risiko Bisnis serta variabel moderasi (Ukuran Perusahaan) memiliki nilai tolerance $>$ dari 0,10 serta VIF $<$ 10,00 maka karenanya bisa ditarik suatu kesimpulan kalau data tidak ada terjadi gejala multikolinearitas atau dengan kata lain uji multikolinearitas lolos (lihat tabel 3).

Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Uji heteroskedastisitas dipergunakan dalam melakukan pengujian apabila ada perbedaan varian dari residual dalam seluruh pengamatan dari persamaan regresi.

Metode yang dipakai didalam penelitian yaitu metode uji glejser yakni dengan melakukan regresi nilai absolut residual atas nilai variabel bebas (Ghozzali, 2018). Indikasi data terjadi heteroskedastisitas jika nilai $\text{sig} < \alpha (0,05)$ serta $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Data bebas heteroskedastisitas kalau nilai $\text{sig} > \alpha (0,05)$.

Dari output uji Glejser ditemukan variabel yang masuk model Bebas (Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, Risiko Bisnis serta Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi) didapati nilai signifikansi diatas nilai 0,05 maka bisa ditarik suatu kesimpulan kalau data tanpa ada gejala heteroskedastisitas dan lolos uji heteroskedastisitas (lihat tabel 4).

Uji Autokorelasi Durbin-Watson

Menemukan ada atau tidaknya korelasi diantara anggota pengamatan diurutkan berdasarkan waktu dan ruang merupakan tujuan dilakukannya uji autokorelasi. Selain itu juga untuk melakukan pengujian apakah didalam suatu model regresi linear terdapat keterkaitan antara kesalahan pengganggu di periode t dan kesalahan di periode $t-$ (periode awal). Menurut Singgih Santoso dalam (Khaeruman, 2018), dalam memeriksa ada atau tidaknya autokorelasi, dilakukan dengan metode autokorelasi Durbin-Watson yang bisa dilakukan dengan program SPSS, dan patokan secara umum yang bisa digunakan antara lain yaitu:

- a. Nilai D-W dibawah -2, terjadi autokorelasi positif.
- b. Nilai D-W diatas +2, terjadi autokorelasi negatif.
- c. Nilai D-W antara -2 dan +2, tidak terjadi autokorelasi.

Dari output uji autokorelasi Durbin-Watson (lihat tabel 5), nilai durbin watson yang didapatkan sebesar 1.051. Karena nilai pengujian terletak diantara nilai -2 dan +2 maka kesimpulan yang bisa ditarik yakni data tidak terdeteksi gejala autokorelasi atau lolos uji autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda.

Adanya hubungan sebab dan akibat antar variabel atau untuk meneliti seberapa besarnya pengaruh pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, likuiditas, serta risiko bisnis pada variabel terikat berupa nilai perusahaan bisa dilakukan melalui analisis regresi berganda (lihat tabel 6)

$$\text{PBV} = 4.055 - 0.004 \text{ PL} - 4.255 \text{ PP} - 0.299 \text{ CR} - 0.011 \text{ RB}$$

Analisis Regresi Linear Sebelum Moderasi.

Uji Parsial (t)

Uji statistik t merupakan langkah dalam menemukan solusi sementara atas perumusan masalah, yakni mempertanyakan hubungan diantara dua atau lebih variabel. Penggunaan pengujian hipotesa adalah agar dapat mengetahui korelasi atau kaitan antar semua variabel yang diteliti. Uji statistik t menggunakan dasar nilai signifikansi 5%, dengan kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- Kalau tingkat signifikansi $> 0,05$ maka diartikan bahwa secara parsial variabel bebas tidak mampu memberi pengaruh pada variabel terikat.
- Kalau tingkat signifikansi $< 0,05$ maka diartikan bahwa secara parsial variabel bebas mampu memberi pengaruh pada variabel terikat.

Uji F (Simultan)

Uji simultan merupakan pengujian hipotesa yang dibuat agar dapat melihat pengaruh secara variabel bebas bersama-sama atas variabel terikat (Sugiyono, 2017). Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka artinya bahwa secara bersama-sama semua variabel bebas tidak mampu memberi pengaruh pada variabel terikat. Sebaliknya, pada saat nilai signifikansi $< 0,05$ maka artinya bahwa secara bersama-sama semua variabel bebas mampu memberi pengaruh pada variabel terikat.

Diperoleh nilai signifikansi hasil uji simultan ($F < 0.05$) (lihat tabel 7). Berarti bisa disimpulkan bahwa Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas serta Risiko Bisnis memberi pengaruh signifikan secara simultan pada Variabel Nilai Perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) merupakan pengujian yang ditujukan untuk mengukur seberapa banyak variabel bebas yang dipakai didalam penelitian mampu menerangkan variabel terikat. Nilai R^2 yang tinggi memberi arti bahwa semakin besar pula variabel bebas bisa menerangkan variabel terikat. Disini digunakan nilai koefisien determinasi dari nilai adjusted R square, hal disebabkan karena didalam penelitian variabel yang digunakan lebih dari dua variabel. Rentang nilai yang biasa digunakan yaitu 0-1. jika nilai yang diperoleh hampir mendekati angka 1, maka dapat diartikan kalau variabel bebas dalam penelitian ini mampu menjelaskan hampir keseluruhan dari informasi yang akan dibutuhkan didalam penelitian.

Pengujian koefisien determinasi mengacu pada angka Adjusted R Square (Model Summary) dari output hasil regresi. Dari hasil output diperoleh Adjusted R Square sebesar 0,210 (21%) (lihat tabel 8). Didapat dari hasil tersebut kesimpulan kalau Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas serta Risiko Bisnis memberikan sumbangan pengaruh pada Variabel Nilai Perusahaan yakni sebesar 21%.

Analisis Regresi Linear Berganda Setelah Moderasi

Uji Parsial (t) Setelah Moderasi.

Tujuan uji t yakni untuk mencari tahu adakah atau tidak variabel terikat terpengaruh oleh variabel bebas serta variabel moderasi secara parsial (tersendiri/individu). Pengambilan keputusan didasari pada ada atau tidaknya pengaruh ditentukan dengan besaran nilai signifikansi. Nilai signifikansi adalah $<0,05$ sehingga kesimpulan yang bisa dijelaskan yaitu kalau variabel bebas dan moderasi memberi pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (lihat tabel 9).

$$\text{PBV} = -4.956 - 4.640 \text{ PL} + 49.957 \text{ PP} + 2.100 \text{ CR} - 0.365 \text{ RB} + 0.314 \text{ UP} + 0.154 \text{ PL*UP} - 1.841 \text{ PP*UP} - 0.084 \text{ CR*UP} + 0.012 \text{ RB*UP}$$

Uji F (Simultan)

Tujuan uji F yakni agar dapat mencari tahu dampak variabel X (bebas) pada variabel Y (terikat) secara simultan (bersama) ada atau tidaknya. Hasil uji F (simultan) terlihat di dalam tabel 10.

Dasar pengambilan keputusan signifikansi adalah saat nilai signifikansi $< 0,05$ dapat diartikan variabel bebas memberi dampak yang signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya nilai signifikansi $> 0,05$ memberi arti bahwa variabel bebas tidak ada dampak signifikan kepada variabel terikat. Didapat hasil angka signifikansi senilai $0,000 < 0,05$. Maka kesimpulan yang diambil yaitu kalau variabel bebas (variabel Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, Risiko Bisnis) dan moderasi (Ukuran Perusahaan), serta interaksi diantara variabel bebas serta variabel moderasi memberi pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) pada variabel nilai perusahaan.

Uji Determinasi (R²)

Hasil uji determinasi setelah moderasi dilihat di tabel 11. Pengujian Determinasi tujuannya adalah untuk dapat mencari tahu seberapa persen pengaruh variabel (X) secara simultan pada variabel (Y). Pengujian determinasi mengacu ke nilai *Adjusted R Square (Model Summary)* yang terlihat didalam hasil

keluaran regresi dimana nilai *Adjusted R Square*: 0,248 (24,8%). Dari hasil diatas kesimpulannya bahwa Variabel Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas, Risiko Bisnis serta Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi serta Interaksi diantara Variabel Bebas dengan Variabel Moderasi memberikan sumbangan dampak secara bersama-sama sebesar 24,8% pada Variabel Nilai Perusahaan. Setelah ditambahkan variabel moderasi kedalam persamaan, variabel bebas berpengaruh semakin kuat terhadap variabel terikat, dari nilai awal 21% meningkat menjadi 24,8%.

Uji Hipotesa

Dalam penelitian ini terdapat delapan hipotesa yang akan dilaksanakan pengujian dengan memakai uji signifikansi parameter individual (Uji t) serta juga uji signifikansi simultan (Uji F). Agar dapat mencari tahu seberapa besarnya variasi variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas secara individual dapat dijelaskan merupakan tujuan pengujian ini sedangkan uji statistik menggunakan uji F dengan tujuan menguji signifikansi f ditingkat α yang ditentukan pada analisis hipotesa. Pengaruh keseluruhan variabel bebas yang dimasukkan di dalam model secara bersama-sama (simultan) pada variabel terikat akan ditentukan dengan uji simultan (uji F).

Dari hasil uji statistik t yang diperoleh, akan dapat terlihat arah dari koefisien beta regresi dan nilai signifikansinya. Hasil keluaran pengujian parsial (Uji t) yang terlihat dalam tabel 4.6 dan tabel 4.9 dapat memberikan jawaban hipotesa penelitian sebagai berikut:

1. Dari Tabel didapat nilai dari t hitung Pertumbuhan Laba sebesar $-0,120 <$ nilai dari t tabel sebesar 1,98397 dan Nilai Signifikansi sebesar 0.905 (>0.05) yang berarti bahwa Variabel Pertumbuhan Laba tidak berpengaruh signifikan secara parsial atau individu terhadap Variabel Nilai Perusahaan. Dengan demikian maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Nilai dari t hitung pada variabel Pertumbuhan Penjualan sebesar $-4,255 >$ nilai dari t tabel sebesar 1,98397 dan Nilai Signifikansi sebesar 0.000 (<0.05) yang dapat diartikan bahwa variabel Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan secara parsial atau individu terhadap variabel Nilai Perusahaan. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.
3. Nilai dari t hitung pada variabel likuiditas adalah sebesar $-4,360 >$ nilai dari t tabel sebesar 1,98397 dengan Nilai Signifikansi sebesar 0.000 (<0.05) dengan demikian

hasil ini menyatakan bahwa Variabel Likuiditas berpengaruh signifikan secara parsial atau individu terhadap Variabel Nilai Perusahaan. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

4. Nilai dari t hitung pada variabel Risiko Bisnis sebesar $-0,968 <$ nilai dari t tabel sebesar 1,98397 dengan nilai signifikansi 0.336 (>0.05). Dari hasil tergambar kalau Variabel Risiko Bisnis tidak memberi pengaruh signifikan secara parsial atau individu atas Variabel Nilai Perusahaan. Dengan demikian maka H_0 diterima dan H_4 ditolak.
5. Angka koefisien (Unstandardized Coefficients B) Pertumbuhan Laba sebelum moderasi lebih besar daripada nilai koefisien setelah moderasi ($-0.004 > -4.640$) maka berkesimpulan Variabel Ukuran Perusahaan tidak mampu memberi efek moderasi hubungan Pertumbuhan Laba dengan Nilai Perusahaan. Dari hasil yang demikian maka H_0 diterima sedangkan H_5 ditolak.
6. Nilai koefisien Variabel Pertumbuhan penjualan sebelum moderasi lebih kecil daripada nilai koefisien setelah moderasi ($-4.255 < 49.957$) maka berkesimpulan Variabel Ukuran Perusahaan mampu memberi efek moderasi hubungan Pertumbuhan Penjualan dengan Nilai Perusahaan. Dari hasil yang demikian maka H_0 ditolak dan H_6 diterima.
7. Nilai koefisien Variabel Likuiditas sebelum moderasi lebih kecil daripada nilai koefisien setelah moderasi ($-0,299 < 2.100$) maka berkesimpulan kemampuan memoderasi dari Variabel Ukuran Perusahaan terlihat dalam hubungan Likuiditas dengan Nilai Perusahaan. Dari hasil yang demikian maka H_0 ditolak dan H_7 diterima.
8. Nilai koefisien Variabel Risiko Bisnis sebelum moderasi lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien setelah moderasi ($-0,299 > -0,365$) maka berkesimpulan kemampuan moderasi dari Variabel Ukuran Perusahaan terlihat dalam hubungan Risiko Bisnis dan Nilai Perusahaan. Maka dari hasil ini H_0 diterima dan H_8 ditolak.

Pengaruh Pertumbuhan Laba pada Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian atas Hipotesa pertama yaitu Pertumbuhan Laba memberi pengaruh yang signifikan pada Nilai Perusahaan tidak didapatkan nilai yang signifikan. Pertumbuhan laba pada perusahaan merupakan pertumbuhan perusahaan jika dilihat dari sisi total laba yang mengalami pertumbuhan dari tiap tahun ke tahun berikutnya. Peningkatan dalam arti bagusnya pertumbuhan dari laba perusahaan menyebabkan timbulnya harapan investor akan adanya juga pertumbuhan pembayaran

dividen bagi mereka dan jika pembayaran dividen bertumbuh akan menambah daya tarik dan minat para penanam modal untuk menempatkan modalnya di perusahaan tersebut, yang juga akan memberi dampak kepada pertumbuhan harga atas saham dipasar dan kemudian akan mendorong naiknya nilai perusahaan (Rezky Naim & Asraruddin, 2023). Namun berdasar pada penelitian yang dilakukan memperoleh hasil yang sebaliknya, dimana pertumbuhan laba tidak mampu memberikan pengaruh signifikan kepada nilai perusahaan. Hasil temuan ini selaras dengan hasil penelitian (Amelia et al., 2022) dimana pertumbuhan laba juga tidak memberikan dampak pada nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan pada Nilai Perusahaan

Hasil dari pengujian Hipotesa kedua Pertumbuhan Penjualan memberi pengaruh yang signifikan atas Nilai Perusahaan diperoleh hasil nilai signifikan. Pertumbuhan penjualan merupakan tanda bagi investor yang menunjukkan kalau perusahaan didalam kegiatan operasionalnya mengalami peningkatan yang mengindikasikan adanya manfaat balik yang akan diperoleh investor jika mereka menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi dan meningkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka pihak investor akan berharap adanya peningkatan usaha yang akan berdampak kepada imbal balik berupa laba yang akan dibagikan sebagai dividen. Hasil pengujian yang dilakukan memperoleh hasil kalau pertumbuhan penjualan signifikan memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Hasil sebelumnya atas penelitian dengan tema yang sama yang dijalankan oleh (Wijaya, 2019) juga memperoleh hasil yang sama dimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan. Sedangkan penelitian (Anggraini & Agustiniingsih, 2022) tidak menemukan adanya pengaruh antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan. Hal tersebut berarti pertumbuhan penjualan tidak selalu disertai dengan peningkatan keuntungan bersih perusahaan.

Pengaruh Likuiditas pada Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesa ketiga Likuiditas signifikan memberikan pengaruh pada Nilai Perusahaan memperoleh nilai hasil yang signifikan. Likuiditas memberikan suatu gambaran kemampuan sebuah perusahaan menuntaskan kewajiban (utang) yang berumur kurang dari satu tahun yang mereka miliki. Nilai *current ratio* (CR) atau *quick ratio* (QR) pada posisi tinggi mengindikasikan tingkat likuidasi

perusahaan dalam keadaan bagus dan hal ini dapat menaikkan nilai perusahaan dalam pandangan mata para investor sehingga mampu menanamkan persepsi yang positif tentang kondisi dalam perusahaan. Hasil dari pengujian menemukan bahwa likuiditas mampu memberi pengaruh atas nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang dilaksanakan (Nurwulandari et al., 2023) mendapatkan hasil penelitian yang sama dimana likuiditas memberikan pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh Risiko Bisnis pada Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesa keempat yakni Risiko Bisnis memberi pengaruh yang signifikan atas Nilai Perusahaan tidak terbukti. Risiko bisnis adalah suatu keadaan dimana perusahaan menghadapi ketidakpastian atau ancaman yang dapat menyebabkan kerugian atau kerusakan pada bisnis. Risiko bisnis dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk internal (seperti ketidakpastian dalam produksi atau penjualan) dan eksternal (seperti perubahan pasar atau ketidakstabilan ekonomi). Risiko bisnis adalah bagian integral dari bisnis dan harus dipertimbangkan dalam setiap keputusan operasional dan strategis. Hasil pengujian tidak memberikan petunjuk akan adanya pengaruh yang signifikan. Hasil ini juga merupakan hasil yang tidak berbeda dengan penelitian dijalankan oleh (Tamara Agustin et al., 2023) dimana penelitiannya memperoleh temuan risiko bisnis tidak memberi pengaruh nilai perusahaan. Hal yang demikian memberi indikasi kondisi risiko bisnis yang makin besar maka akan mendorong peningkatan risiko kebangkrutan perusahaan tersebut, berlaku juga kondisi sebaliknya. Penelitian lain oleh (Ardyansyah & Arifin, 2023) juga menemukan tidak terlihat adanya pengaruh yang signifikan dan positif antara risiko bisnis pada nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Pertumbuhan Laba pada Nilai Perusahaan

Dengan hasil uji Hipotesa kelima yaitu Pengaruh Pertumbuhan Laba pada Nilai Perusahaan dimoderasi Ukuran Perusahaan menemukan hasil nilai koefisien sebelum moderasi lebih besar daripada nilai koefisien setelah moderasi. Dengan demikian maka H_0 diterima dan H_5 ditolak. Ukuran perusahaan memberikan faktor penting dalam mendukung kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dari aktifitas operasionalnya. Semakin besarnya ukuran dari suatu perusahaan maka bisa

diasumsikan kemungkinan perusahaan dapat menghasilkan laba juga semakin besar. Dengan demikian timbul asumsi yakni ukuran perusahaan mampu memberi pengaruh terhadap pengaruh pertumbuhan laba pada nilai perusahaan. Hasil dari pengujian diperoleh hasil bahwa ukuran suatu perusahaan tidak bisa memberi efek moderasi dalam keterkaitan antara pertumbuhan laba dengan nilai perusahaan. Hasil pengujian ini mempunyai arah yang sama dengan penelitian yang dijalankan oleh (Mufidah et al., 2024) bahwa variabel pertumbuhan laba tidak mampu memberikan pengaruh signifikan atas nilai perusahaan dengan adanya efek moderasi dari ukuran perusahaan.

Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Pertumbuhan Penjualan pada Nilai Perusahaan

Dari pengujian atas Hipotesa keenam yaitu Pertumbuhan Penjualan memberi pengaruh pada Nilai Perusahaan jika dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan teridentifikasi pengaruh memperkuta yang signifikan. Hal ini terlihat dengan nilai koefisien ukuran perusahaan sebelum moderasi lebih kecil dibandingkan dengan nilai koefisien setelah moderasi dengan tingkat signifikansi 0,026. Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_6 diterima. Pertumbuhan penjualan perusahaan memberikan indikasi bahwa operasional mengalami peningkatan atau penurunan. Perusahaan dengan ukuran besar dianggap lebih mampu mempertahankan pertumbuhannya. Ini berarti ukuran perusahaan memberikan dampak pengaruh terhadap pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan. Pengujian atas pengaruh ukuran perusahaan didalam memoderasi keterkaitan pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan menghasilkan hasil mampu memperkuat dengan nilai signifikan. Dengan demikian berarti kalau ukuran perusahaan bisa mempengaruhi hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya dilaksanakan (Ikhsan et al., 2023) memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan menambah kuat tetapi namun nilainya tidak signifikan untuk memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan. Sedikit berbeda dengan temuan penelitian penulis ini dima hasilnya ukuran perusahaan mampu memoderasi secara signifikan.

Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Likuiditas pada Nilai Perusahaan

Hasil pengujian atas Hipotesa ketujuh yaitu Ukuran Perusahaan memberi efek

moderasi kepada pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan tidak menunjukkan efek memperkuta, dimana Nilai koefisien Variabel Likuiditas sebelum moderasi lebih kecil daripada nilai koefisien setelah moderasi ($-0.299 < 2.100$). Dengan hasil demikian maka H_0 ditolak dan H_7 diterima. Ukuran besar kecilnya perusahaan dapat menentukan persepsi para investor atas nilai perusahaan dari suatu entitas. Jika ada terdapat informasi yang memberikan gambaran bahwa perusahaan merupakan usaha dengan skala yang besar maka hal tersebut dapat menjadi tanda yang positif untuk para penanam modal. Perusahaan berukuran besar memiliki kecenderungan untuk memiliki diversifikasi usaha dan lebih resisten menghadapi risiko kebangkrutan dan kemungkinan kesulitan keuangan dengan tingkat yang lebih rendah. Perusahaan berukuran besar memiliki tingkat fleksibilitas lebih tinggi dan tingkat kepercayaan yang lebih baik dari para pemberi pinjaman dana serta investor dalam upayanya mendapatkan sumber-sumber pendanaan. Bertambah besarnya ukuran suatu perusahaan akan meningkatkan kecenderungan penggunaan sumber modal asing dan juga modal sendiri akan semakin besar. Pada umumnya perusahaan besar akan membutuhkan jumlah sumber pendanaan yang cukup besar untuk membiayai kegiatan usaha untuk mempertinggi laba usaha dan nilai perusahaan.

Hasil pengujian atas efek moderasi ukuran perusahaan terhadap pengaruh risiko bisnis pada nilai perusahaan terbukti namun tidak signifikan. Dari pengujian terdeteksi hasil pengaruh memperkuat namun tidak signifikan ukuran perusahaan dalam memberi pengaruh moderasi keterkaitan likuiditas pada nilai perusahaan. Hasil pengujian yang dijalankan oleh (Andriyanti & Khuzaini, 2023) serta (Ayem & Tamu Ina, 2023) menemukan hasil yang juga sama. Dimana penelitian yang mereka lakukan menemukan kemampuan moderasi ukuran perusahaan atas pengaruh likuiditas pada nilai perusahaan terbukti didalam sampel pengujian perusahaan *food and beverages* yang ada didalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021.

Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Risiko Bisnis pada Nilai Perusahaan

Hasil uji Hipotesa kedelapan yakni Pengaruh Risiko Bisnis atas Nilai Perusahaan di moderasi oleh Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai dampak signifikan, dimana nilai koefisien Risiko Bisnis sebelum moderasi lebih besar dibandingkan dengan nilai dari signifikansi setelah moderasi ($-0.299 > -0,365$). Dengan hasil ini H_0 diterima dan H_8 ditolak. Perusahaan dengan ukuran lebih besar cenderung lebih memiliki

kemampuan meningkatkan penjualan produk mereka. Sehingga tingkat keuntungan atau laba yang dihasilkan juga akan semakin besar. Dengan demikian kecenderungan ukuran perusahaan untuk mempengaruhi hubungan risiko bisnis dengan nilai perusahaan juga semakin besar. Dari pengujian didapatkan fakta bahwa dampak risiko bisnis pada nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan tidak mampu memoderasinya. Dampak ini selaras bila dibandingkan dari hasil penelitian yang dijalankan (Anisah et al., 2023) yang memperoleh hasil penelitian kalau ukuran perusahaan bukan merupakan pertimbangan utama untuk menambah kuat atau menambah lemah keterkaitan antara risiko bisnis dan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian yang dilakukan atas perusahaan yang menjalankan usaha didalam Sektor Barang Konsumer Primer periode antara 2019-2023 atas 35 sampel perusahaan dan total jumlah sampel yang diuji sebesar 105 atas Pengaruh Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas serta Risiko Bisnis pada Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumer Primer di Bursa Efek Indonesia, maka dapat diambil kesimpulan, antara lain : pertumbuhan penjualan dan likuiditas memberi pengaruh signifikan atas nilai perusahaan. Sedangkan pertumbuhan laba serta risiko bisnis tidak memberi pengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mempunyai kemampuan untuk melakukan efek moderasi hubungan pertumbuhan penjualan serta likuiditas dengan nilai perusahaan, tetapi ukuran perusahaan tidak mampu melakukan efek moderasi pada hubungan pertumbuhan laba serta risiko bisnis dengan nilai perusahaan.

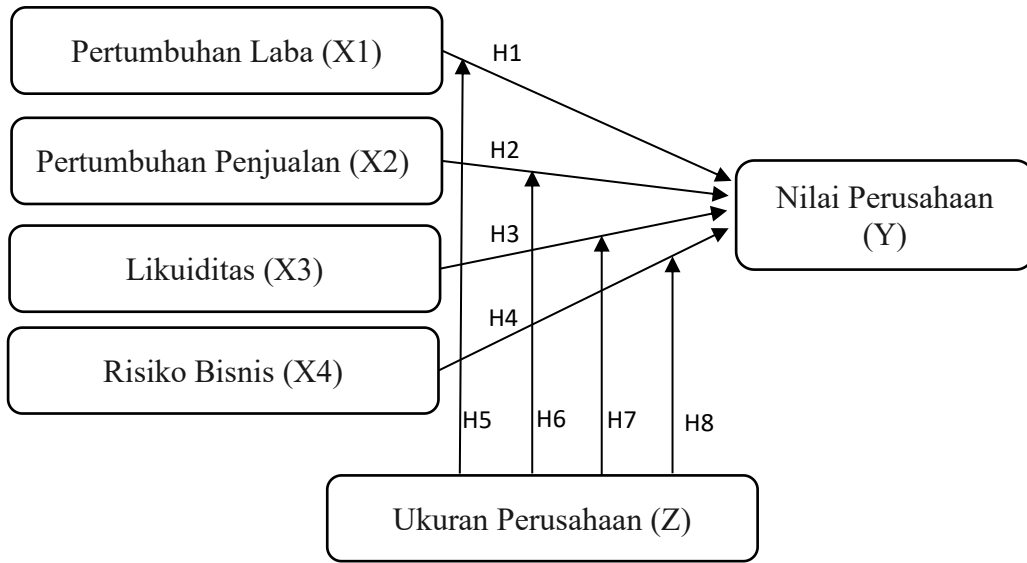
DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A., Anwar, S., & Nathasia. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Laba, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 13, 2614–1930.
- Andriyanti, S. P., & Khuzaini. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Anggraini, C., & Agustiniingsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 494–512.
- Anisah, A., Murad, M. A., Asriadi, A., Samudra, S., & Magfirah, D. (2023). Indonesian

- Pharmaceutical Companies: Capital Structure, Business Risk, Company Value and Firm Size as A Moderating Variable Analysis. *International Journal of Social Service and Research*, 3(1), 122–128. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i1.223>
- Apriliana, & Fidiana. (2021). *Pengaruh Good Corporate Governance dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Ardyansyah, A. D., & Arifin, A. (2023). Pengaruh Tingkat Kecukupan Modal, Risiko Bisnis, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating pada perbankan dari Tahun 2019-2021. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1997. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1328>
- Ayem, S., & Tamu Ina, C. R. (2023). Struktur Modal Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan : Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 3(1), 47–57. <https://doi.org/10.55587/jla.v3i1.48>
- Bhattacharya, S. (1979). Imperfect Information, Dividend Policy and The Bird in The Hand Fallacy. *Journal Of Economics*, 10(1).
- Brigham, E., & Houston, J. F. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (10th ed.). Salemba Empat.
- Brigham, & Houston. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. (A. A. Yulianto (ed.); Buku Dua,). Salemba Empat.
- Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 85. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p04>
- Diyanti, N., & Anwar, M. (2021). Pengaruh Likuiditas terhadap Pertumbuhan Laba dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Industry yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3), 1286–1297.
- Ghozzali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25 (9th ed.)* (9th ed.). Badan penerbitan Universitas Diponegoro.
- Harahap. (2011). *Teori Akuntansi*. Rajawali Pers.
- Harmono. (2017). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced*. PT. Bumi Angkasa Raya.
- Ikhsan, M. Al, Nurwati, S., & Widyaningsih, D. S. (2023). Analisis Profitabilitas , Kebijakan Dividen , Pertumbuhan Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 4(1), 79–93.
- Isra Makmur, M., Miriatin Amali, L., & Indrayani Hamin, D. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Aset Dan Resiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
- Khaeruman. (2018). Pengaruh Pelayanan Mm Mart (Mitra Muslim) Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mm-Mart Cipocok Serang. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 46–71. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/download/655/783/>
- Likha, M., & Fitria, A. (2019). Pengaruh pertumbuhan laba, kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dimoderasi corporate social responsibility. In *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* (Vol. 8, Issue 5).
- Mufidah, M., Febrianti, I., & Adisetiawan, R. (2024). Pengaruh Cash Ratio dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(1), 871. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.5058>
- Munawir, S. (2004). *Analisis laporan Keuangan* (10th ed.). Liberti.

- Nurwulandari, A., Hasanudin, & Akmal Latang, M. (2023). Analisis Pengaruh Leverage, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Financial Distress Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(2), 1361–1380. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i2.11431>
- Pramessti, N. P. E., Yasa, P. N. S., & Ningsih, N. L. A. P. (2021). The Effect of Capital Structure and Sales Growth on Company Profitability and Value in the Cosmetics Manufacturing and Household Needs Manufacturing Companies. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 8(2), 187–193. <https://doi.org/10.22225/jj.8.2.2021.187-193>
- Rezky Naim, M., & Asraruddin, M. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Persistensi Laba Dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Jakarta Islamic Index Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 3(3).
- Siringoringo, W. F., & Hutabarat, F. M. (2019). Liquidity, Profitability On Firm Value: An Evidence of Transportation Company Listed at Indonesian Stock Exchange. *Abstract Proceedings International Scholars Conference*, 7(1), 1322–1329. <https://doi.org/10.35974/isc.v7i1.1996>
- Soemarso, S. . (2010). *Akuntansi: Suatu Pengantar*. Salemba Empat.
- Subramanyam, K. R. (2014). Financial Report Analysis 11th Edition. In *McGraw-Hill Education* (11Th ed.). McGraw-Hill Education. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4257161>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Bandung : Alfabeta, CV*.
- Suryani, A. (2020). Analisis Leverage Melalui Pertumbuhan Laba dan Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(1), 88. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i1.153>
- Suwardjono. (2008). *Teori Akuntansi*. BPFE Yogyakarta.
- Tamara Agustin, D., Zahiroh, N., & Hana Muthiah, R. (2023). Intellectual Capital, IOS, Dan Risk Bussiness Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Farmasi Di BEI Tahun 2020-2022. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6).
- Weston, F. (1996). *Manajemen Keuangan* (8th ed.). Bina Rupa Aksara.
- Wijaya, I. G. N. S. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Juima*, 9(2), 8–15.

GAMBAR DAN TABEL



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Tabel 1. Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Bebas Variabel: Pertumbuhan Laba (X1)	Pertumbuhan laba menunjukkan persentase kenaikan/penurunan laba pertahun yang dihasilkan perusahaan	$\text{Pertumbuhan Laba (PL)} = \frac{\text{Laba Tahun } t - \text{Laba Tahun } t-1}{\text{Laba Tahun } t-1}$
Bebas Variabel : Pertumbuhan Pejualan (X2)	Pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai kenaikan atau penurunan jumlah penjualan dari tahun ketahun atau dari periode ke periode	$\text{Pertumbuhan Penjualan (PP)} = \frac{\text{Penjualan Tahun } t - \text{Penjualan Tahun } t-1}{\text{Penjualan Tahun } t-1}$
Bebas Variabel : Likuiditas (X3)	Likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya	$\text{Likuiditas (CR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$
Bebas Variabel : Risiko Bisnis (X4)	Risiko bisnis adalah seberapa berisiko saham perusahaan jika perusahaan tidak empergunakan hutang	$\text{Risiko Bisnis (RB)} = \frac{\frac{[\text{EBIT Tahun } t - \text{EBIT Tahun } t-1]}{\text{EBIT Tahun } t-1}}{\frac{[\text{Penjualan Tahun } t - \text{Penjualan Tahun } t-1]}{\text{Penjualan Tahun } t-1}}$
Terikat Variabel : Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan price atau harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual	$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Market Price Per Share (MPS)}}{\text{Book Price Per Share (BPS)}}$
Variabel Moderating : Ukuran Perusahaan (Z)	Ukuran perusahaan ditentukan dari total aset yang dimiliki perusahaan, dalam kegiatan operasional perusahaan untuk mencapai tujuan	$\text{Ukuran Perusahaan (UP)} = \text{LN (Total Aset)}$

Tabel 2. Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36924248

Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.047
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.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.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.557	3.476		1.311	.193		
	Pertumbuhan Laba	-.004	.030	-.011	-.118	.906	.952	1.050
	Pertumbuhan Penjualan	-4.277	.930	-.437	-4.600	.000	.848	1.179
	Likuiditas	-.303	.074	-.406	-4.069	.000	.770	1.299
	Risiko Bisnis	-.011	.011	-.087	-.967	.336	.944	1.059
	Ukuran Perusahaan	-.016	.113	-.014	-.145	.885	.854	1.171

a. Terikatt Variable: Nilai Perusahaan

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.990	1.947		.509	.612
	Pertumbuhan Laba	-.015	.017	-.091	-.908	.366
	Pertumbuhan Penjualan	-.694	.521	-.141	-1.334	.185
	Likuiditas	-.065	.042	-.173	-1.558	.122
	Risiko Bisnis	.005	.006	.076	.756	.451
	Ukuran Perusahaan	.014	.063	.023	.218	.828

a. Terikatt Variable: ABS_RESID

Tabel 5. Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.491 ^a	.241	.202	1.40339	1.051

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Risiko Bisnis, Likuiditas

b. Terikatt Variable: Nilai Perusahaan

Tabel 6. Uji Parsial (t) Sebelum Moderasi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.055	.319		12.718	.000
	Pertumbuhan Laba	-.004	.030	-.011	-.120	.905
	Pertumbuhan Penjualan	-4.255	.913	-.435	-4.662	.000
	Likuiditas	-.299	.069	-.401	-4.360	.000

Risiko Bisnis	-.011	.011	-.087	-.968	.336
---------------	-------	------	-------	-------	------

a. Terikatt Variabel: Nilai Perusahaan

Tabel 7. Uji F(Simultan) Sebelum Moderasi
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.811	4	15.453	7.924	.000 ^b
	Residual	195.023	100	1.950		
	Total	256.834	104			

a. Terikatt Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Risiko Bisnis, Likuiditas, Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi Sebelum Moderasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.491 ^a	.241	.210	1.39651

a. Predictors: (Constant), Risiko Bisnis, Likuiditas, Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan

Tabel 9. Hasil Uji t Setelah Moderasi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.956	7.547		-.657	.513
	Pertumbuhan Laba	-4.640	2.816	-13.742	-1.648	.103
	Pertumbuhan Penjualan	49.957	22.074	5.108	2.263	.026
	Likuiditas	2.100	1.927	2.815	1.090	.279
	Risiko Bisnis	-.365	.271	-2.919	-1.349	.181
	Ukuran Perusahaan	.314	.256	.264	1.228	.223
	Pertumbuhan Laba*Ukuran Perusahaan	.154	.093	13.733	1.647	.103
	Pertumbuhan Penjualan*Ukuran Perusahaan	-1.841	.750	-5.527	-2.454	.016
	Likuiditas*Ukuran Perusahaan	-.084	.067	-3.193	-1.259	.211
	Risiko Bisnis*Ukuran Perusahaan	.012	.009	2.820	1.302	.196

a. Terikatt Variable: Nilai Perusahaan

Tabel 10. Hasil Uji F (Simultan) Setelah Moderasi
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80.319	9	8.924	4.803	.000 ^b
	Residual	176.515	95	1.858		
	Total	256.834	104			

a. Terikatt Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Risiko Bisnis*Ukuran Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan*Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Laba*Ukuran Perusahaan, Likuiditas*Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Risiko Bisnis, Likuiditas, Pertumbuhan Laba

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi Setelah Moderasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 ^a	.313	.248	1.36311

a. Predictors: (Constant), Risiko Bisnis*Ukuran Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan*Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Laba*Ukuran Perusahaan, Likuiditas*Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Risiko Bisnis, Likuiditas, Pertumbuhan Laba

