

PENGARUH *HUMAN CAPITAL*, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DALAM ETIKA BISNIS ISLAM

(STUDI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI JII70 TAHUN 2019-2024)

R. Dea Laura Oksanda¹; Dinda Fali Rifan²; dan Siska Yuli Anita³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung^{1,2,3}

Email : dealauraoksanda@gmail.com¹; dinda.falirifan@radenintan.ac.id²;

siskayulianita@radenintan.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini akan menganalisis perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index 70 (JII70) dari tahun 2019 hingga 2024 untuk mengetahui bagaimana *human capital*, pertumbuhan penjualan, serta kinerja keuangan mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, 60 sampel dikumpulkan melalui sampling purposif. Metode analisis dipergunakan studi ini ialah regresi. Menurut studi ini, *human capital* dan pertumbuhan penjualan mempunyai dampak negatif atas nilai perusahaan. Sementara itu, kinerja keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan studi menggambarkan nilai perusahaan dipengaruhi *human capital*, pertumbuhan penjualan, serta kinerja keuangan bersamaan.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan; Human Capital; Pertumbuhan Penjualan; Dan Kinerja Keuangan

ABSTRACT

This study will analyze companies listed on the Jakarta Islamic Index 70 (JII70) from 2019 to 2024 to examine how human capital, sales growth, and financial performance influence firm value. Using predetermined criteria, 60 samples were collected through purposive sampling. The analytical method used in this study is regression analysis. The results indicate that human capital and sales growth have a negative effect on firm value, while financial performance does not have a significant effect on firm value. However, simultaneously, human capital, sales growth, and financial performance are found to have a significant influence on firm value.

Keywords : Firm Value; Human Capital; Sales Growth; Financial Performance

PENDAHULUAN

Pembentukan kebiasaan baru yang memudahkan investasi sangat penting dalam kerangka globalisasi yang terus berlanjut. Orang-orang memilih untuk berinvestasi di perusahaan pertambangan, yang nilainya terus meningkat, daripada perusahaan di industri makanan dan minuman, yang memiliki margin keuntungan yang lebih tinggi. Perusahaan di industri makanan dan minuman sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia, tetapi mereka akan gagal jika tidak mampu mempertahankan harga saham yang cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa industri makanan dan minuman

sudah sangat kompetitif, sehingga perusahaan harus meningkatkan nilai korporasi mereka untuk menarik investor dan mempertahankan produksi. Perusahaan di industri makanan dan minuman menghadapi beberapa tantangan, termasuk perubahan selera konsumen dan kebutuhan untuk menjalankan operasi secara berkelanjutan.

Nilai *firm value* dapat dilihat dari harga sahamnya, yang mencerminkan bagaimana pemangku kepentingan dan investor memandang kinerja perusahaan. Menurut Siska Yuli Anita (2022), posisi suatu perusahaan di mata investor dapat dilihat dari kenaikan dan penurunan harga sahamnya. Investor mungkin merasa lebih optimis tentang masa depan suatu perusahaan jika harga sahamnya tinggi. Kekuatan kondisi keuangan perusahaan merupakan faktor lain yang dapat menarik investor; bagaimanapun, investor sebagian besar mendasarkan penilaian saham mereka pada kesuksesan keuangan perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan, semakin kuat posisi keuangannya. Menurut Adyaksana dkk. (2023), ketika manajemen perusahaan mengelola keuangan dengan efektif, hal ini memaksimalkan nilai perusahaan beserta mengelola aset serta modalnya.

Kinerja yang baik dari suatu perusahaan mempunyai dampak positif atas nilainya, yang pada gilirannya mempengaruhi harga saham dan jumlah uang yang diinvestasikan oleh investor. Nilai suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai persepsi investor terhadapnya, yang tercermin dalam harga saham. Perusahaan dengan harga saham tinggi memiliki nilai yang tinggi. Untuk membuat keputusan investasi yang terinformasi, orang sering mencari data tentang perusahaan yang menguntungkan dan memberikan imbal hasil tinggi. Seiring meningkatnya nilai perusahaan, pemegang saham menikmati kemakmuran yang lebih besar (Imawan, n.d.).

Jika nilai suatu perusahaan tinggi, artinya pemegang saham bisa menghasilkan lebih banyak uang dan menginvestasikan lebih banyak uang ke dalam perusahaan. Perusahaan harus berupaya menjaga tata kelola korporasi yang kuat sambil beroperasi secara seimbang, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Visi jelas harus ditetapkan saat memulai bisnis, tetapi menghasilkan sebanyak mungkin uang harus menjadi prioritas utama (Taufik Hidayat dkk., n.d.).

Dalam meningkatkan sebuah nilai perusahaan berbagai aspek perlu dipertimbangkan seperti pentingnya kejujuran dalam membuat sebuah laporan keuangan ataupun menjaga nama baik perusahaan dengan mematuhi aturan-aturan yang berlaku,

salah satu aspek yang sangat mempengaruhi turunnya nilai suatu perusahaan menciptakan sesuatu kondisi yang membuat masyarakat merasa terganggu seperti yang dikabarkan oleh Greenpeace pada 21 Juli 2022 yang menyatakan bahwa Unilever, Indofood dan Mayora Indah yang menjadi penghasil plastik sekali pakai terbesar di Indonesia, akibat nya banyak sampah dimana dimana yang mengganggu aktivitas bahkan kesehatan (Ningrum Lestari, 2022) . Untuk itu pentingnya menjaga sebuah nilai perusahaan untuk tetap terus menjaga kestabilan sebuah perusahaan.

Nilai (PBV) sentral guna menilai kinerja korporasi melalui analisis saham. Hasil analisis PBV perusahaan di *Jakarta Islamic Index* 70 tahun 2019 – 2024 pada grafik 1 menunjukkan penurunan dan perubahan nilai yang signifikan. Contohnya seperti tabel diatas yang menunjukkan bahwa PT INDF dan JPFA mengalami penurunan Nilai Perusahaan. Sedangkan PT CPIN, ERAA, ICBP, KLBF, MAPI, MYOR, SIDO dan UNVR mengalami fluktuasi. Penurunan Nilai PBV ini memengaruhi keputusan investasi, sehingga investor harus mempertimbangkan sebab jadi pengaruh atas valuasi perusahaan.

Kapital manusia, pertumbuhan penjualan, dan kinerja keuangan adalah tiga elemen yang telah diteliti oleh para peneliti sebelumnya dalam kaitannya dengan nilai perusahaan. Menurut studi yang dikutip oleh Rezi Septia (n.d.), Ikhrum Hafiz Rahmadi dan Ali Mutasowifin menemukan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahandhika Ivan Adyaksana, M. Sul Khanul Umam, dan Chily Meilia Singgangsari pada tahun 2023 menunjukkan menggambarkan *Human Capital* serta kinerja keuangan mempengaruhi nilai perusahaan secara positif serta signifikan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yulia Agustin dan Urip Wahyuni, pertumbuhan penjualan memang memiliki dampak pada nilai perusahaan, tetapi dampaknya tidak besar. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Sunto dan Petronila (n.d.) tidak menemukan korelasi antara *Human Capital* serta nilai perusahaan. Menurut studi dilakukan Dyah Ayu Kusumaningrum, Amalia Nuril Hidayati, dan Muhammad Alhada Fuadilah Habib, nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan pendapatan (Dyah Ayu Kusumaningrum et al., 2022). Pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi nilai perusahaan, menurut penelitian oleh Zalfa Yulimtinan dan Suci Atiningsih (Yulimtinan

et al., 2021). Nilai perusahaan tidak terkait dengan kesuksesan finansialnya, menurut studi yang dilakukan oleh Siti Nur Elisa dan Lailatul Amanah (Nur Elisa, n.d.).

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Resources Based Theory

Menurut Edith Penrose, sebuah bisnis hanyalah kumpulan berbagai jenis sumber daya produktif. Agar sebuah bisnis dapat memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif atas pesaingnya, ia memerlukan sumber daya produktif yang unik dari apa yang ditawarkan pesaing dan tidak dapat dengan mudah digantikan atau ditiru. Jika sumber daya ini dapat dijamin tidak dapat diperdagangkan, tidak dapat digantikan, dan tidak dapat ditiru, maka perusahaan akan memiliki keunggulan di pasar (Amin Wibowo, 2020).

Wernerfelt mengklaim bahwa dalam karyanya tentang teori berbasis sumber daya, ia menghubungkan persaingan untuk posisi pasar produk dengan persaingan untuk pengendalian sumber daya. Selain itu, ia menyatakan bahwa penggunaan dan pengelolaan yang tepat atas aset fisik dan tak berwujud perusahaan akan mengarah pada kinerja keuangan optimal dan keunggulan kompetitif. Jika bisnis ingin bertahan di masa depan, hal ini akan menjadi kunci kesuksesannya.

Menurut Teori Resources, perusahaan memiliki sumber daya yang dapat membantu mereka mendapatkan keunggulan di pasar dan berkinerja baik dalam jangka panjang. Nilai suatu perusahaan akan meningkat ketika sumber dayanya, termasuk *Human Capital*, pertumbuhan penjualan, dan kinerja keuangan, dikelola dengan baik melalui penggunaan sistem manajemen korporat yang efektif. Peningkatan kinerja keuangan perusahaan adalah salah satu dari banyak keuntungan yang dapat dicapai ketika investor percaya pada nilai perusahaan dan memutuskan untuk berinvestasi di dalamnya (Ihyaul Ulum, 2017).

Teori Stakeholder

Semua pemangku kepentingan berhak mengetahui bagaimana tindakan suatu organisasi mempengaruhi keberadaan pemangku kepentingan yang telah berkontribusi dalam bentuk apa pun, menurut teori pemangku kepentingan Edward Freeman. Laporan tahunan, yang memaparkan pencapaian suatu bisnis selama setahun terakhir, mencakup data ini. Pemangku kepentingan akan menggunakan data ini untuk mengevaluasi dan

membandingkan kinerja perusahaan, yang akan membantu mereka merumuskan rencana dan pilihan untuk masa depan.

Freeman melanjutkan dengan mengatakan peluang pertumbuhan dan kesuksesan suatu perusahaan meningkat sebanding dengan tingkat kepuasan pemangku kepentingannya. Iwan Sukoco (n.d.) menyatakan bahwa teori ini menjelaskan peran pemangku kepentingan dalam kaitannya dengan manajemen korporat. Kebutuhan akan akuntabilitas ditekankan dalam teori ini karena, menurut Cut Laura (2023), laporan tahunan harus mencakup informasi keuangan serta non-keuangan.

Pengaruh *Human Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (RBT), keunggulan suatu perusahaan di pasar berasal dari sumber dayanya, yang bersifat berharga, unik, sulit ditiru, serta tak dapat digantikan. Pengelolaan yang tepat terhadap *human capital*, salah satu aset utama perusahaan, dapat menghasilkan keunggulan kompetitif serta peningkatan nilai korporasi. Berlawanan beserta anggapan umum, tidak ada korelasi yang jelas serta mudah antara *human capital* serta nilai bisnis. Hubungan ini dimediasi atau dimoderasi beberapa variabel.

H1: *Human Capital* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Teori stakeholder memfokuskan pentingnya korelasi perusahaan beserta berbagai pemangku kepentingan (stakeholder) yang memiliki kepentingan terhadap keberhasilan perusahaan. Pertumbuhan penjualan besar menggambarkan kompetensi korporasi guna memenuhi kebutuhan pasar serta harapan stakeholder, baik internal maupun eksternal.

H2: Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Teori stakeholder menekankan pentingnya hubungan perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan (stakeholder) yang memiliki kepentingan terhadap berhasilnya korporasi. Kinerja keuangan bagus menunjukkan kemampuan korporasi guna memenuhi harapan dan kepentingan stakeholder, baik internal (karyawan, manajemen) maupun eksternal (investor, kreditor, pelanggan, masyarakat).

H3: Kinerja Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Human Capital*, Pertumbuhan Penjualan, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Resource-Based Theory (Kero & Bogale, 2023), *human capital* merupakan aset internal bernilai serta sulit ditiru, sehingga bisa jadi *priviledge* kompetitif jangka panjang. Pertumbuhan penjualan mencerminkan efektivitas strategi pemasaran dan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan serta memperluas pangsa pasar. Sementara kinerja keuangan menunjukkan efisiensi pengelolaan sumber daya untuk menghasilkan laba dan meningkatkan kepercayaan investor.

Dari sudut pandang Stakeholder menurut Theory Freeman, perusahaan yang mampu mengelola ketiga aspek tersebut secara optimal dinilai lebih mampu memenuhi harapan para pemangku kepentingan, nantinya berefek positif atas nilai perusahaan.

H4: *Human Capital*, Pertumbuhan Penjualan, serta Kinerja Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu metode penelitian yang mana dalam analisisnya menggunakan ukuran frekuensi, simbol atau atribut yang berupa bilangan atau angka dari hasil pengukuran supaya lebih bermakna dari pada menggunakan kata-kata. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang dilakukan yang bertujuan mendapatkan data sekunder dengan cara melakukan pengumpulan data dari membaca beberapa buku, jurnal, dan artikel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan *Human Capital*, Pertumbuhan Penjualan, Kinerja Keuangan, dan Nilai Perusahaan yang diambil dari laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan yang terdaftar di Jakarta *Islamic Index 70* (JII70) tahun 2019-2024 yang diakses melalui situs resmi Jakarta *Islamic Index 70* (JII70) yaitu www.idx.co.id.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tercatat di Jakarta *Islamic Index 70* (JII70) selama periode 2019-2024. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang dianggap relevan dan sesuai untuk tujuan penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang termasuk dalam JII70

selama tahun 2019-2024. Kriteria yang digunakan dalam proses pemilihan sampel dijelaskan secara rinci pada tabel 1, dan tabel 2 menampilkan hasil untuk sampel yang memenuhi persyaratan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dan independen berinteraksi satu sama lain, studi ini memanfaatkan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Ket:

- Y = Nilai Perusahaan
- α = Konstanta
- X_1 = *Human Capital*
- X_2 = Pertumbuhan Penjualan
- X_3 = Kinerja Keuangan
- $\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi
- e = Error

Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Nilai perusahaan merupakan variabel dependen studi ini. Berikut beberapa indikator dipergunakan perhitungan PBV pada studi ini untuk menentukan nilai perusahaan:

Guna menentukan apakah suatu perusahaan overpriced atau undervalued, analisis fundamental memanfaatkan (PBV). Rasio antara harga pasar saham dengan nilai buku saham tersebut dikenal rasio harga atas nilai buku. Berikut formula menghitung PBV: (Mei Yuniati, 2016):

$$PBV = \frac{\text{Harga perlembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

BV tiap aset selaras beserta modal sahamnya, jadi BV per saham ialah saham yang beserta total saham paling besar tersebar. BV dihitung menggunakan formulasi:

$$BV = \frac{\text{Total Ekuitas Perusahaan}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Variabel Bebas (Independen)

Studi ini melingkupi tiga variabel independen, ialah *Human Capital*, Pertumbuhan Penjualan, serta Kinerja Keuangan.

Human Capital

Karena *human capital* sangat penting bagi kesuksesan suatu perusahaan, *human capital* ialah salah satu komponen menunjukkan kesuksesan suatu entitas. Guna memaksimalkan keuntungan, perusahaan bergantung pada *human capital*, yang terdiri dari pekerja terampil yang memiliki pengetahuan yang luas, semangat kreativitas, dan

bakat intelektual lainnya.

Di antara semua sumber daya dimiliki perusahaan, (SDM) menjadi yang sentral guna hal efisiensi. Karyawan, sebagai motor penggerak operasional perusahaan, memerlukan manajemen yang adil. Bagi setiap bisnis, kunci kesuksesan di masa depan terletak pada manajemen sumber daya manusianya.

Guna mengukur *human capital*, studi ini memanfaatkan perkiraan *human capital*. Menganalisis kualitas sumber daya manusia, pengembalian investasi dalam pengembangan karyawan, efektivitas karyawan, biaya pengembangan karyawan, serta investasi dalam pengembangan karyawan merupakan bagian dari teknik (*HCE*). Salah satu cara bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar mereka menginvestasikan dalam pengembangan sumber daya manusia dengan melihat (*HCE*). Menurut Cahyati (2012), formula untuk menghitung:

$$HCE = \frac{Value\ Added}{Human\ Capital}$$

Ket:

VA = OUT (total pendapatan) – IN (beban usaha kecuali gaji dan tunjangan karyawan)

HC = Gaji dan tunjangan karyawan

Pertumbuhan Penjualan

Peningkatan penjualan dari satu tahun ke tahun berikutnya atau dari satu periode ke periode lain disebut pertumbuhan penjualan. Yulia Agustin dan Urip Wahyuni (n.d.) menyatakan membandingkan penjualan dengan laba bersih adalah salah satu cara untuk mengukur pertumbuhan penjualan. Formula berikut (Mawar) bisa dipergunakan menilai pertumbuhan penjualan: Pada tahun 2015, Sharon R. Pantow:

$$Sales\ Grow = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}}$$

Ket:

S_t = Penjualan pada tahun t

S_{t-1} = Penjualan pada periode sebelumnya

Kinerja Keuangan

Kinerja suatu perusahaan dapat didefinisikan dengan berbagai cara, namun menurut Kamus Istilah Akuntansi (2003), kinerja dapat didefinisikan sebagai hasil dari semua tindakan yang dilakukan perusahaan periodisasi tertentu, diukur berlandaskan kriteria termasuk efisiensi, biaya (baik aktual maupun prediksi), tanggung jawab manajemen, serta metrik serupa lainnya. Kinerja keuangan, Karenannya, merupakan

ukuran seberapa baik dan efisien suatu perusahaan meraih visi. Untuk melihat kinerja perusahaan yang paling penting adalah keuangan dan non keuangan, laporan yang bersifat keuangan adalah seperti aspek keuangan dan kepuasan karyawan, kinerja dan upaya pengembangan bisnis termasuk dalam aspek non-keuangan (Fuadli & Padmanty, 2024) . Organisasi mengandalkan penilaian kinerja guna meraih visi mereka, yang meliputi memberikan insentif kepada karyawan serta memastikan kebijakan manajemen dan rencana formal seperti anggaran secara efektif menerapkan perilaku yang diinginkan (Dinda Fali Rifan, 2015).

Menggunakan metrik ROA, kita dapat menilai kesuksesan keuangan studi ini. Kemampuan perusahaan untuk mengubah asetnya menjadi laba diukur melalui (ROA). Berikut adalah rumus yang dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan: (Mawar) Pada tahun 2015, Sharon R. Pantow:

$$\text{ROA} = \text{Laba bersih} / \text{Total aset}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Studi mempergunakan statistik deskriptif guna mengkaji rerata, median, rentang, serta simpangan baku dari variabel dependen dan independen. Visi studi ialah guna mengkaji hubungan antara Nilai Perusahaan dan variabel independen (*human capital*, Pertumbuhan Penjualan, Kinerja Keuangan) memanfaatkan regresi linier berganda.

Hasil Uji Statistik Deskriptif (Tabel 3) menampilkan hasilnya. Statistik deskriptif, berdasarkan data dari 60 perusahaan, ditampilkan dalam Tabel 3. Variabel *human capital* dengan nilai minimum sebesar 4,83 , nilai maksimum sebesar 8,25. Nilai *mean* sebesar 7,267 dan standar deviasi sebesar 0,824. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai minimum sebesar 8,85 dan nilai maksimum sebesar 10,04. Nilai *mean* sebesar 9,511 dan standar deviasi sebesar 0,304. Variabel kinerja keuangan memiliki nilai minimum sebesar 4,62 dan nilai maksimum sebesar 7,89. Nilai *mean* sebesar 6,821 dan standar deviasi sebesar 0,547. Dan variabel nilai perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 6,74 dan nilai maksimum 8,06. Nilai *mean* sebesar 7,539 dan standar deviasi 0,248.

Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda beserta model (OLS) memerlukan pengujian asumsi klasik, yang merupakan kebutuhan statistik. Regresi logistik dan regresi ordinal

ialah contoh asumsi klasik yang tidak diperlukan dalam analisis regresi non-OLS. Visi pengujian asumsi klasik guna menjamin konsistensi serta keabsahan persamaan regresi. Pengujian asumsi klasik meliputi:

Uji Normalitas

Guna menentukan apakah nilai residu mengikuti distribusi normal, digunakan uji normalitas. Nilai residu yang terdistribusi normal merupakan indikator model regresi berkualitas tinggi. Dalam model regresi, uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Variabel yang tidak terdistribusi normal terkait dengan penurunan signifikansi statistik.

Data tersebut mengikuti distribusi normal, seperti ditunjukkan Tabel 4 Hasil Uji Normalitas, beserta nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200. Karena $0.200 > 0.05$, dapat melanjutkan ke langkah berikutnya.

Uji Multikolinearitas

Saat menjalankan model regresi, kita dapat memeriksa adanya multikolinearitas dengan melihat korelasi antara variabel independen dan dependen. Hubungan antara variabel independen dan dependen terputus jika variabel independen memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain. Nilai toleransi, inversnya, serta (VIF) semuanya menunjukkan adanya multikolinearitas.

Semua variabel dalam studi ini memiliki nilai VIF $< 10,00$ serta nilai toleransi $> 0,10$, sesuai dengan Tabel 5 yang menampilkan hasil uji multikolinearitas. Multikolinearitas di antara variabel-variabel tidak tampak terjadi. Semua variabel independen dalam studi ini memiliki nilai toleransi lebih dari 0,9 dan nilai VIF di bawah 10,00, menunjukkan uji multikolinearitas berhasil. Hasil studi tak mendukung hipotesis multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Guna menentukan apakah varians residu berbeda antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya, digunakan uji heteroskedastisitas. Jika varians residu konstan di seluruh pengamatan, model regresi dikatakan memiliki homoskedastisitas, dan oleh karena itu memenuhi kriteria.

Berlandaskan Tabel 6, menunjukkan semua variabel memiliki nilai sig $> 0,05$ dalam uji heteroskedastisitas, bisa diambil simpulan model regresi tidak mendeskripsikan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Salah satu cara guna menunjukkan hubungan antara variabel prediktor dan variabel respons ialah melalui regresi linier. Analisis regresi linier berganda dipergunakan ketika ada beberapa variabel prediktor. Visi analisis regresi berganda ialah guna memprediksi nilai variabel dependen memanfaatkan nilai variabel independen. Ini merupakan perluasan dari analisis regresi linier sederhana, menganalisis korelasi dua variabel, satu independen dan satu dependen, diungkapkan oleh persamaan linier $Y = \alpha + bX_1$. Kapital manusia, pertumbuhan penjualan, dan kinerja keuangan adalah variabel independen pada studi ini, sedangkan nilai bisnis adalah variabel dependen.

Persamaan guna regresi linier berganda didapat data pada Tabel 7, menunjukkan hasil studi yang disebutkan sebelumnya:

$$Y = 12,505 + (-0,156)HC + (-0,334)PP + (-0,096)KK + e$$

Atas persamaan regresi diatas, jadi simpulan bisa digambarkan seperti:

1. Jika variabel *Human Capital*, PP, serta KK dijaga konstan, maka nilai Y adalah 12,505, seperti yang ditunjukkan oleh tanda positif dari nilai konstanta (α) sebesar 12,505.
2. *Human Capital* (X1) mempunyai nilai koefisien regresi negatif -0.156, artinya setiap kenaikan satu unit dalam *human capital* akan menyebabkan penurunan harga saham - 0.156 unit, beserta semua variabel independen lainnya tetap konstan.
3. Jika semua variabel independen lainnya tetap konstan serta tingkat PP meningkat sebesar satu unit, harga saham akan turun -0.334, selaras tanda negatif dari nilai koefisien regresi variabel Pertumbuhan Penjualan (X2).
4. Jika semua variabel independen lainnya tetap konstan serta tingkat Kinerja Keuangan naik satu unit, harga saham akan turun -0,096, selaras tanda negatif dari nilai koefisien regresi variabel Kinerja Keuangan (X3).

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji-T (Uji Parsial)

Guna mengetahui besaran faktor independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen, para peneliti menggunakan uji hipotesis parsial, yang sering dikenal sebagai uji t. Visi tes t-statistik guna mengetahui bagaimana setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Dapat menyimpulkan *human capital*, pertumbuhan penjualan, serta kinerja keuangan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan, karena nilai signifikansinya $< 0,05$, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 8 hasil uji t.

Uji-F (Uji Simultan)

Jika semua variabel independen model berinteraksi dengan variabel dependen atau variabel dependen, (uji F) akan mengungkapkannya.

Tabel 9 menampilkan hasil uji F, menunjukkan skor signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Karenannya simpulan nilai perusahaan dipengaruhi *human capital*, pertumbuhan penjualan, serta kinerja keuangan secara keseluruhan.

Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Metrik penting dalam regresi ialah koefisien determinasi, disingkat R. Koefisien determinasi mengukur seberapa besar variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model dan seberapa besar oleh variabel di luar desain (Wahyu, 2017), selaras studi yang dilakukan oleh Ghazali pada tahun 2016. Nilai R^2 yang rendah atau mendekati nol menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas dan buruk dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen, atau bahwa tidak ada hubungan sama sekali. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Ketika nilai R^2 mendekati satu, hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kedua variabel.

Nilai 0,276, atau 27,6%, merupakan (Adjusted R Squared) berlandaskan Tabel 10 (R^2). Hal ini berarti tiga variabel independen *human capital*, pertumbuhan penjualan, serta kinerja keuangan menjelaskan 27,6% variasi pada variabel dependen nilai perusahaan. Faktor lain tidak termasuk analisis ini bertanggung jawab atas sisa 72,4%.

Pembahasan

Pengaruh *human capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Karena nilai koefisien regresi negatif, bertentangan dengan hipotesis variabel *Human Capital* memiliki efek positif, dan nilai signifikansi untuk *Human Capital* ialah $0,000 < 0,05$, uji parsial menghasilkan nilai t sebesar $-4,407 > t\text{-table } 2,447$, sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Hal ini dapat terjadi karena pelatihan, pengembangan, dan gaji merupakan bagian dari sumber daya manusia, dan peningkatan pengeluaran untuk hal-hal tersebut biasanya disertai dengan biaya yang besar yang belum meningkatkan nilai perusahaan. Meskipun investasi besar dalam modal intelektual

memiliki kemampuan untuk meningkatkan kompetensi dan inovasi, hal ini dapat berbalik jika tidak didukung oleh strategi manajemen yang jelas, menurut Caroline dkk., yang menemukan bahwa IP memiliki efek negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Manajerial Sumber Daya Manusia, menurut etika korporat Islam, harus didasarkan pada prinsip keadilan ('adl), kejujuran (iqtisad), serta efisiensi (qadisad). Menurut *Resource Based Theory*, *Human Capital* serta sumber daya internal lainnya dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif jangka panjang jika dinilai, langka, tidak dapat ditiru, serta tidak dapat digantikan. Di sisi lain, *Human Capital* bisa berdampak negatif pada nilai perusahaan jika tidak dikelola dengan baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini bertentangan dengan prinsip RBT, karena sumber daya yang dikelola secara tak etis tak akan memberikan manfaat jangka panjang. Penilaian pasar terhadap nilai perusahaan dan kepercayaan pemangku kepentingan serta investor dapat terganggu dalam jangka panjang jika hal ini terus berlanjut. Hal ini bertentangan temuan Rezi Septia pada studinya, yang menunjukkan penjualan meningkat ketika gaji dan manfaat meningkat. Pekerja diharapkan lebih produktif dalam proses produksi jika mereka mendapatkan gaji dan manfaat yang lebih tinggi (Rezi Septia, n.d.). Nilai VAHU yang tinggi menunjukkan *Human Capital* perusahaan sangat mampu melaksanakan tugasnya. Ketika keahlian perusahaan digunakan secara efektif pekerja atau individu yang bekerja untuk perusahaan, *Human Capital* meningkat.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t parsial, nilai t adalah -3,455, yang lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,447. Nilai signifikansi untuk kinerja lingkungan adalah 0,001, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, jelas bahwa peningkatan penjualan tidak berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan, sehingga kita menolak Hipotesis 2. Data menunjukkan bahwa peningkatan penjualan menurunkan nilai perusahaan. Investor kehilangan kepercayaan ketika pertumbuhan penjualan melampaui profitabilitas atau efisiensi operasional, yang pada gilirannya menyebabkan margin laba menurun. Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa dalam konteks ini, bisnis dianggap sebagai entitas yang memiliki tanggung jawab untuk mengelola hubungan dan kepentingan berbagai kelompok orang, termasuk pelanggan, karyawan, pemasok, investor, dan masyarakat. Nilai perusahaan mungkin mengalami penurunan dalam jangka panjang jika para

pemimpinnya memprioritaskan keuntungan jangka pendek dalam penjualan di atas kebutuhan pemangku kepentingan yang penting. Hal ini sejalan dengan temuan Hananing Romadhoni (2022), yang menemukan bahwa peningkatan penjualan sebenarnya menurunkan nilai perusahaan.

Menurut studi tersebut, penurunan pertumbuhan penjualan dapat menjadi tanda perilaku tidak etis yang dapat merusak citra perusahaan, selain masalah keuangan. Perusahaan perlu jujur dan transparan ketika penjualan menurun tanpa alasan yang jelas. Jika tidak, pelanggan mungkin curiga terhadap aktivitas manajemen yang tidak jujur, seperti melebih-lebihkan hasil atau menggunakan strategi pemasaran yang menyesatkan. Selain itu, investor sering kehilangan kepercayaan pada bisnis yang mengutamakan keuntungan jangka pendek di atas etika. Investor mulai meragukan keakuratan laporan dan manajemen, yang membuat sulit untuk mendapatkan atau mempertahankan pendanaan. Penurunan nilai pasar hanyalah salah satu dari banyak dampak negatif yang dapat timbul dari reputasi yang rusak akibat tindakan bisnis yang tidak etis. Dampak negatif lainnya termasuk denda, biaya hukum, dan kehilangan pelanggan setia. Itulah mengapa penurunan penjualan merupakan indikator perilaku tidak etis selain kinerja yang buruk. Gagal menangani tekanan penjualan secara etis dan transparan dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan seiring waktu.

Jika pertumbuhan penjualan melambat, hal ini menunjukkan kinerja keuangan yang buruk dan dapat menyulitkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban moralnya terhadap pihak-pihak seperti karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat luas. Menurut teori pemangku kepentingan, perusahaan seharusnya melakukan apa yang benar bagi semua pihak yang terlibat, bukan hanya pemegang saham. Dari perspektif etika bisnis Islam, hal ini terkait dengan konsep keadilan sosial dan amanah (integritas), yang menyatakan bahwa perusahaan harus terbuka dan bertanggung jawab, serta tidak boleh terlibat dalam tindakan yang merugikan siapa pun. Manajemen berisiko bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam dan merusak reputasi perusahaan ketika pertumbuhan penjualan menurun tanpa memberikan penjelasan jujur dan strategi pemulihan etis, yang dapat menimbulkan kecurigaan bahwa mereka sengaja menyalahkan pihak tertentu, memanipulasi data, atau mengabaikan kesejahteraan pemangku kepentingan. Kapital sosial yang esensial dalam etika korporat Islam adalah kepercayaan, yang sangat terganggu ketika tindakan tidak etis dilakukan. Kepercayaan

ini dirasakan oleh konsumen dan investor. Pelanggaran etika secara signifikan meningkatkan risiko terhadap citra perusahaan dan biaya pembiayaan, sementara organisasi yang lebih mengutamakan kejujuran dan keadilan memiliki kinerja keuangan yang lebih stabil dan pemangku kepentingan yang lebih puas. Perusahaan kehilangan nilai pasar secara keseluruhan ketika mengalami pertumbuhan penjualan negatif yang tidak didukung oleh prinsip moral dan komunikasi terbuka, yang merugikan kinerja dalam jangka pendek dan merusak kredibilitas serta legitimasi perusahaan dalam jangka panjang. Pertumbuhan penjualan yang tinggi tanpa efisiensi dapat menyebabkan biaya meningkat lebih tinggi, sehingga tidak ada peningkatan laba. Oleh karena itu, pertumbuhan penjualan tidak dapat meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan, bertentangan dengan penelitian Mustafid dan Sutandijo. Penurunan nilai korporasi mungkin terjadi jika laba menurun. Investor seharusnya memperhatikan konsistensi atau volatilitas tingkat penjualan serta pertumbuhan pendapatan tahunan perusahaan. Tingkat penjualan yang lebih stabil menghasilkan risiko yang lebih rendah dan nilai yang lebih baik bagi perusahaan. Investor tidak melihat pertumbuhan yang kuat sebagai indikasi positif jika tingkat penjualan terlalu fluktuatif, karena hal itu dianggap tidak berkelanjutan (Mustafid & Sutandijo, 2023).

Pengaruh Kinerja keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Pada ambang signifikansi $0,065 > 0,05$, hasil uji menunjukkan bahwa nilai t yang dihitung sebesar $-1,884$ lebih kecil daripada nilai tabel sebesar $2,447$. Dengan demikian, kita dapat menyimpulkan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga menolak hipotesis 3. Hasil ini menunjukkan bahwa perubahan kinerja keuangan dalam periode yang diamati tidak memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap naik turunnya nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kinerja keuangan, seperti profitabilitas dan total aset, merupakan indikator penting dalam menilai kondisi perusahaan, namun dalam konteks penelitian ini, nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh faktor lain. Investor dan pemangku kepentingan kemungkinan lebih mempertimbangkan aspek non-keuangan, seperti reputasi, tata kelola perusahaan, keberlanjutan bisnis, serta kepatuhan terhadap prinsip etika dan tanggung jawab sosial. Hal ini sejalan dengan pemahaman bahwa nilai perusahaan tidak hanya dibentuk oleh laporan keuangan, tetapi juga oleh persepsi publik terhadap integritas dan komitmen jangka panjang perusahaan.

Hasil ini juga mengindikasikan bahwa penurunan kinerja keuangan tidak secara otomatis menurunkan nilai perusahaan apabila manajemen mampu mempertahankan kepercayaan stakeholder melalui transparansi dan komunikasi yang baik. Dalam konteks etika bisnis Islam dan teori stakeholder, kepercayaan, keadilan, serta tanggung jawab moral perusahaan terhadap seluruh pihak yang berkepentingan memiliki peran besar dalam menjaga nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan pencapaian finansial dengan pelaksanaan prinsip etika dan pengelolaan hubungan stakeholder secara berkelanjutan agar dapat menjaga atau bahkan meningkatkan nilai perusahaan, meskipun menghadapi tekanan finansial. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Tera lesmana dkk.

Pengaruh *Human Capital*, Pertumbuhan Penjualan, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Gambar tersebut dengan jelas menunjukkan nilai F yang dihasilkan 8,488, secara statistik signifikan pada tingkat 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari alpha ($\alpha = 0,05$), seperti yang terlihat di atas. Kesimpulannya, nilai suatu perusahaan dipengaruhi secara negatif *Human Capital*, pertumbuhan penjualan, dan kinerja keuangan secara bersamaan. Berlandaskan hasil studi ini, penurunan nilai bisnis terkait dengan peningkatan ketiga faktor tersebut. Penyebab kemungkinan hasil ini meliputi metode Manajerial Sumber Daya Manusia tak efektif serta tak selaras beserta visi bisnis, peningkatan penjualan tanpa perbaikan efisiensi operasional, atau kinerja keuangan yang buruk yang tidak meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut *Resource Based Theory*, perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif dalam jangka panjang jika mempunyai aset yang berharga, unik, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan. Karena mewakili pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan pekerja guna mendorong inovasi serta produktivitas, *Human Capital* ialah sumber daya strategis. Kemampuan untuk secara konsisten memenuhi persyaratan pasar dan memberikan nilai juga ditunjukkan oleh pertumbuhan penjualan. Sementara itu, hasil keuangan yang kuat menunjukkan bahwa sumber daya internal dikelola secara efisien dan efektif, yang membantu meningkatkan nilai organisasi.

Selain itu, menurut teori pemangku kepentingan, bisnis memiliki kewajiban atas berbagai elemen yang berkepentingan, termasuk pemegang saham, pekerja, pelanggan, serta kreditor. Kepuasan pelanggan dan loyalitas karyawan ialah dua hasil dari *Human*

Capital yang berkualitas tinggi. Peningkatan penjualan merupakan indikasi positif bagi pelanggan dan mitra, karena menggambarkan perusahaan telah memenuhi kebutuhan pelanggan. Pemegang saham serta kreditor lebih percaya pada stabilitas serta potensi masa depan korporasi ketika kinerjanya solid.

KESIMPULAN

Temuan tes *t* menggambarkan *Human Capital* menurunkan nilai perusahaan, beserta nilai *t* senilai $-4.407 < 0.05$, t tabel senilai 2.447. Karenannya, bisa diambil simpulan *Human Capital* mempunyai dampak negatif. Selain itu, nilai *t* senilai $-3.455 < 2.447$, nilai *t* kritis senilai 2.447, serta taraf signifikansi $0.001 < 0.05$, menggambarkan pertumbuhan penjualan mempunyai dampak negatif atas nilai bisnis. Secara konsisten, nilai *t* senilai -1.884 , di bawah nilai kritis 2.447, serta taraf signifikansi $0.065 < 0.05$ menggambarkan kinerja keuangan tidak berpengaruh atas nilai perusahaan. Temuan tes *F* menggambarkan *Human Capital*, pertumbuhan penjualan, serta kinerja keuangan semuanya berdampak pada nilai perusahaan bersamaan, beserta nilai *F* senilai 8.488 serta taraf sig $0,000 < 0,05$.

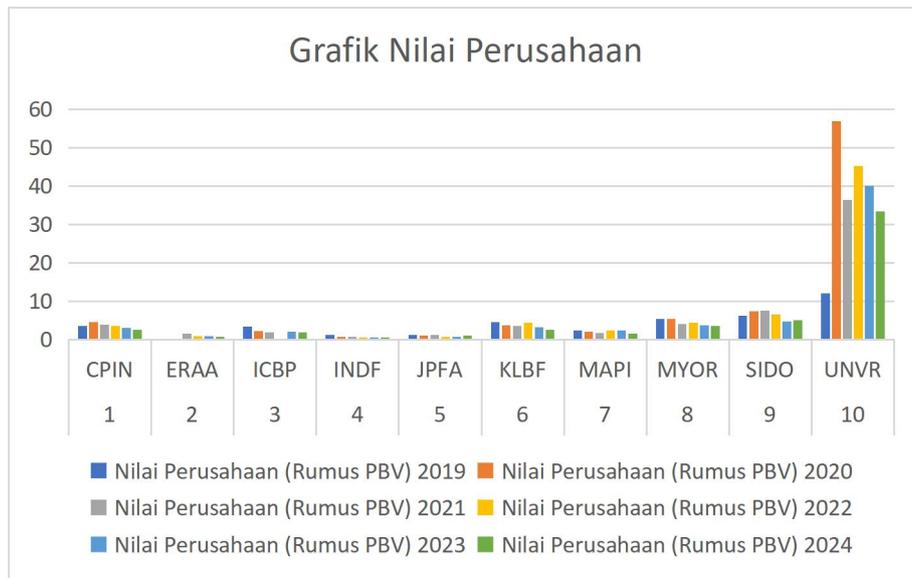
DAFTAR PUSTAKA

- Adyaksana, R. I., Umam, M. S., & Singgangsari, C. M. (2023). PENGARUH KINERJA KEUANGAN, HUMAN CAPITAL, DAN KINERJA LINGKUNGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(2), 265–277. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i2.185>
- Amin Wibowo. (2020). *corporate Strategy: Konsep dan Praktik*.
- Cut Laura, Y. F. N. E. A. (2023). KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PERBANKAN: INTELLECTUAL CAPITAL, SUSTAINABILITY REPORT, DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE. 8.
- Dinda Fali Rifan, K. A. A. W. (2015). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di BEI Tahun 2010-2013). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 20(3), 371–389.
- Dyah Ayu Kusumaningrum, Amalia Nuril Hidayati, & Muhammad Alhada Fuadilah Habib. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Earning Per Share (EPS) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.454>
- Fuadli, D. K., & Padmanty, S. (2024). PENGARUH E-COMMERCE DAN SISTEMINFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA KEUANGANUMKMDIDESASIDOKEPUNG. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 38–51. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4102>

- Ihyaul Ulum. (2017). *INTELLECTUAL CAPITAL: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan & Kinerja*.
- Imawan, R. (n.d.). *PENGARUH PROFITABILITAS, KEBIJAKAN HUTANG DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN RITEL DI BEI Triyonowati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Iwan Sukoco. (n.d.). *Fungsi Public Relations Dalam Menjalankan Aktivitas Corporate Social Responsibility*. 4.
- Kero, C. A., & Bogale, A. T. (2023). A Systematic Review of Resource-Based View and Dynamic Capabilities of Firms and Future Research Avenues. In *International Journal of Sustainable Development and Planning* (Vol. 18, Issue 10, pp. 3137–3154). International Information and Engineering Technology Association. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.181016>
- Mawar Sharon R. Pantow, S. M. I. T. (2015). ANALISA PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, RETURN ON ASSET, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI INDEKS LQ 45. *ANALISA PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, RETURN ON ASSET, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERCATAT DI INDEKS LQ 45*, 3.
- Mei Yuniati, K. R. A. O. (2016). PENGARUH KEBIJAKAN DEVIDEN, KEBIJAKAN HUTANG PROFITABILITAS DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2009-2014. *PENGARUH KEBIJAKAN DEVIDEN, KEBIJAKAN HUTANG PROFITABILITAS DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2009-2014*, 2.
- Mustafid, A., & Sutandijo, S. (2023). Pengaruh Peghindaran Pajak, Pertumbuhan Penjualan dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *InFestasi*, 19(2), 125–133. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v19i2.21805>
- Ningrum Lestari. (2022). *Kemasan Unilever, Indofood dan Mayora Terbukti Mencemari 11 Titik Pantai di Indonesia*.
- Nur Elisa, S. (n.d.). *Lailatul Amanah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Rezi Septia Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Jl Hamka Kampus Air Tawar Padang, E. (n.d.). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Siska Yuli Anita. (2022). ANALISIS PERAN GAYA KEPEMIMPINAN, PELATIHAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN. *ANALISIS PERAN GAYA KEPEMIMPINAN, PELATIHAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN*, 9.
- Sunto, J. F., & Petronila, T. A. (n.d.). *INTELLECTUAL CAPITAL DAN PENGARUHNYA PADA NILAI PERUSAHAAN*.
- Taufik Hidayat, Edi Triwibowo, & Novel Vebrina Marpaung. (n.d.). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*.
- Wahyu Pramesti. (2017). Analisis Pemingkatan Sukuk: Perspektif Keuangan. *Analisis Pemingkatan Sukuk: Perspektif Keuangan*, 5.
- Yulia Agustin, S., & Urip Wahyuni, D. (n.d.). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.

Yulimtinan, Z., Program,), Akuntansi, S., Bank, S., Jateng, B., Atiningsih, S., & Author, C. (2021). LEVERAGE UKURAN PERUSAHAAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *BALANCE : JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS*, 6(1), 69–82. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/balance>

GRAFIK DAN TABEL



Grafik 1.

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan yang terdaftar di <i>Jakarta Islamic Index 70 (JII70)</i>	70 perusahaan
2.	Perusahan yang menyediakan data untuk peneliti, laporan keuangan yang lengkap dari tahun 2019-2024	40 perusahaan
3.	Perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman	10 perusahaan
Jumlah Sampel		10
Periode Penelitian 2019-2024		6 tahun
Jumlah Data		60 data

Sumber: Penulis
2025

Tabel 2. Daftar Sampel Penelitian

No	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk
2	ERAA	PT. Erajaya Swasembada Tk
3	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses makmur Tbk
4	INDF	PT. Indofood Sukses makmur Tbk
5	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk
6	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk
7	MAPI	PT. Mitra Adiperkasa Tbk
8	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
9	SIDO	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sidomuncul Tbk

Sumber: Penulis 2025

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Human capital	60	4.83	8.25	72.675	.82477
Pertumbuhan Penjualan	60	8.85	10.04	95.113	.30447
Kinerja keuangan	60	4.62	7.89	68.215	.54787
Nilai Perusahaan	60	6.74	8.06	75.392	.24811
Valid N (listwise)	60				

Sumber : SPSS Versi 25, 2025

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.20571291
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.058
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : SPSS Versi 25, 2025

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics		
Model	Tolerance	VIF
<i>Human Capital</i>	.886	1.129
Pertumbuhan Penjualan	.871	1.148
kinerja Keuangan	.977	1.024

Sumber : SPSS Versi 25, 2025

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser

	T	Sig
<i>Human capital</i>	-0,131	0,897
Pertumbuhan penjualan	-1,618	0,111
Kinerja keuangan	0,851	0,398
(Constant)	0,164	0,87

Sumber : SPSS Versi 25, 2025

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients

	B	t	Sig.
(Constant)	12,505	10,957	.000
Human capital	-0,156	-4,407	.000
Pertumbuhan penjualan	-0,334	-3,455	0,001
Kinerja keuangan	-0,096	-1,884	0,065

Sumber : SPSS Versi 25, 2025

Tabel 8. Hasil Uji T

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
<i>Human capital</i>	-0,156	0,035	-0,519	-4,407	.000
Pertumbuhan penjualan kinerja keuangan	-0,334	0,097	-0,41	-3,455	0,001
(Constant)	12,505	1,141		10,957	.000

Sumber : SPSS Versi 25, 2025

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,135	3	0,378	8,488	.000b
Residual	2,497	56	0,045		
Total	3,632	59			

Sumber : SPSS Versi 25, 2025

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.559a	0,313	0,276	0,21115	.559a

Sumber : SPSS Versi 25, 2025