



## PENGARUH *SALES GROWTH*, KEBIJAKAN DIVIDEN, DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Clarissa Putri Amanda  
amandapoetri8@gmail.com

Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang

### *Abstract*

*This research aims to determine the influence of Sales Growth, Dividend Policy, and Investment Decisions on Company Value. Sales Growth is measured using growth. Dividend policy is measured using dividend per share (DPR) and investment decisions are measured using price earning ratio (PER). Meanwhile, company value is measured using price book value (PBV). The population in this research is all food and staples retailing sub-sector companies listed on the Indonesia stock exchange for the 2018-2022 period. The number of samples in this research was 10 companies obtained through the purposive sampling method. 50 sample data were obtained. The type of data in this research is secondary data with quantitative research methods. The analysis technique used is panel data regression analysis with a significance level of 5%. This research was processed using eviews 12 software and shows that (1) Sales Growth has no effect on Company Value (2) Dividend Policy has no significant effect on Company Value, and (3) Invesment Decisions have a significant have a significant effect on Company Value.*

**Keywords:** *Sales Growth; Dividend Policy; Invesment Decisions; Company Value;*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Sales Growth*, Kebijakan Dividen, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Sales Growth* diukur dengan menggunakan *Growth*. Kebijakan Dividen diukur dengan menggunakan *Dividend per Share* (DPR) dan Keputusan Investasi diukur dengan menggunakan *Price Earning Ratio* (PER). Sedangkan Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub sektor *food and staples retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan yang diperoleh melalui metode *purposive sampling*. Diperoleh data sampel sebanyak 50 data. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder dengan metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan tingkat signifikansi 5%. Penelitian ini diolah menggunakan *software eviews 12* dan menunjukkan bahwa (1) *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (2) Kebijakan Dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, serta (3) Keputusan Investasi berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

**Kata Kunci:** *Sales Growth; Kebijakan Dividen; Keputusan Investasi; Nilai Perusahaan;*



## Webinar Nasional & Call For Paper:

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

### I. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan harga penjualan yang dianggap pantas oleh calon investor. (Khoeriyah, 2020; Krisnando, Lestari, 2020; Novitasari, 2021). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang seiring dikaitkan dengan harga saham. Aset perusahaan dapat dicerminkan dengan meningkat dan naiknya harga saham suatu perusahaan. (Rivandi & Septiano, 2021; Ida Ayu, 2020; Tifah, 2020). Penjelasan tersebut dapat di gambarkan, kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan didirikan sampai dengan kondisi perusahaan saat ini. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaannya yang tinggi dan dapat menarik perhatian investor. (Krisnando & Novitasari, 2021). Oleh karena itu, perusahaan harus bisa menunjukkan prospek yang baik dimata para pemegang saham. Pemegang saham melihat bagaimana nilai perusahaan salah satunya dengan mengamati nilai pasarnya. (Rivandi & Septiano, 2021).

Fenomena terkait nilai perusahaan yang terjadi pada sektor barang konsumsi primer pada Selasa (20/7/21) meski pertumbuhan laba bersih dirasakan oleh saham-saham cyclical. Saham MPPA mengalami kenaikan 857,14% menjadi Rp1.005 per saham menjadi paling tinggi diantara saham-saham konsumen primer lainnya. Saham HERO juga

masuk peringkat dengan peningkatakan 118,07% menjadi Rp 1.10 per saham. Saham AMRT juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Saham RANC mengalami kenaikan jelang rilis laporan keuangan tahun 2020. (Herlina, 2021). Fenomena di atas menunjukkan bahwa ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan, antara lain : 1). *Sales Growth* (Claudia, 2019; Catur & Riani, 2019), 2). Kebijakan Dividen (Elista & Ummi Klasum, 2022; Marselina, 2021; Paulina, 2022), 3). Keputusan Investasi (I Ketut Suardana, 2020; Rieke Diah, 2019; Muhammad Fadly, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Sales Growth* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Kebijakan Dividen Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Keputusan Investasi Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan :

1. Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan
2. Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan
3. Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka diharapkan



## Webinar Nasional & Call For Paper:

### “SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”

4 Juni 2024

Vol. 3, No. 2, Tahun 2024

No. ISSN: 2809-6479

bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sebagai berikut :

#### Manfaat Teoritis

##### 1. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan di perusahaan. Serta dapat mengetahui bukti empiris faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

##### 2. Manfaat Bagi Peneliti

Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat dapat memperkuat penelitian sebelumnya, memberi kontribusi kepada pengembangan literatur dan penelitian akuntansi.

##### 3. Bagi Universitas

Penulis berharap penelitian ini akan menambah literatur di perpustakaan ilmu ekonomi, khususnya program studi akuntansi dengan konsentrasi keuangan, dan menjadi bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Pamulang.

#### Manfaat Praktis

##### 1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi bagi manajer bisnis untuk mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan.

##### 2. Bagi Dunia Akademis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan pemahaman peneliti tentang faktor yang memengaruhi

nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peneliti dalam berpikir, menganalisis dan memecahkan masalah dan memiliki kemampuan untuk menggunakan pengetahuan yang telah didapatkan selama waktu perkuliahan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal merupakan isyarat atau sinyal berupa petunjuk atau informasi kepada investor bagaimana manajemen menjalankan perusahaan dengan baik. (Brigham & Houston, 2018; Maulida & Asyik, 2020). Hal ini dikarenakan informasi sangat penting bagi pemegang saham atau investor karena memberikan catatan atau gambaran mengenai kinerja perusahaan yang baik dalam masa lampau, kondisi saat ini, dan prospeknya di masa depan (Subardjo & Rosari, 2021). Sebagai ilustrasi, perusahaan menggunakan laporan keuangan tahunan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memebrikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan yaitu investor berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Oleh karena itu, untuk menghindari asimetri informasi, pihak internal mengeluarkan laporan tahunan sebagai sinyal kepada para investor mengenai prospek perusahaan kedepannya dan berpengaruh pada keputusan investasi dari para investor



## Webinar Nasional & Call For Paper:

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

(Maulida & Asyik, 2021; Subardjo & Rosari, 2021).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai Perusahaan merupakan kondisi yang ingin dicapai perusahaan sebagai Gambaran dari kepercayaan Masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun. (Arianti, 2022). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap Tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. (Krisnando & Novitasari, 2021). Nilai perusahaan bergantung pada nilai saham yang beredari di BEI, semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahannya yang tinggi dan dapat menarik perhatian investor. Memaksimalkan kekayaan pemegang saham adalah salah satu tujuan perusahaan yang tidak dapat diabaikan. Salah satu cara alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV).

### **Sales Growth**

Sales growth adalah cerminan pencapaian perusahaan di masa lalu, dan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa depan. (Arianti, 2022). Perusahaan dapat meramalkan potensi keuntungan yang akan diperoleh dengan pertumbuhan penjualan yang signifikan cenderung

memerlukan investasi finansial yang substansial (Elisa & Amanah, 2021). Penjelasan tersebut dapat di ilustrasikan sebagai berikut, *Sales growth* dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang menilai kemampuan perusahaan dalam pertumbuhan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Jadi, investor akan lebih meminati perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi dibandingkan perusahaan yang Tingkat pertumbuhannya rendah.

### **Kebijakan Dividen**

Kebijakan dividen merupakan Sebagian dari laba bersih atau laba setelah pajak yang dibagikan kepada para pemegang saham. (Al hadad & Widiyati, 2024). Hal ini dikarenakan, kebijakan dividen dalam menentukan apakah laba yang diperoleh akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau dipertahankan sebagai laba ditahan. (Suardana dkk., 2020). Penetapan dividen ini penting untuk dipertimbangkan secara optimal karena pemegang saham memiliki beragam preferensi ada yang menginginkan dividen sebagai imbal hasil, sementara yang lain mengharapkan pertumbuhan melalui reinvestasi laba ditahan dalam perusahaan. Dalam keputusan pembagian dividen perlu mempertimbangkan kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan. Bagi investor berinvestasi tentunya Tingkat return atau lantunan yang akan diperoleh dari investasi yang ditanamkannya berupa *capital gain* dan dividen yang merupakan bagian



**Webinar Nasional & Call For Paper:**

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham.

**Keputusan Investasi**

Keputusan investasi merupakan Keputusan yang dilakukan untuk penanaman modal agar memperoleh keuntungan, (Arianti, 2022). Tujuan Keputusan investasi adalah untuk memperoleh Tingkat keuntungan yang tinggi dengan Tingkat risiko tertentu. Keputusan investasi adalah kebijakan manajemen dalam menggunakan dana perusahaan yang ada pada sebuah asset yang diharapkan akan memberikan keuntungan di masa yang akan datang. (Nelwan & Tulung, 2018).. Oleh karena itu, kebijakan dividen menjadi keputusan penting dalam mengalokasikan laba perusahaan, mengutamakan antara pembagian dividen kepada pemegang saham dan menahan laba untuk menjadi sumber dana dalam mendukung pertumbuhan perusahaan melalui investasi di masa depan. Keuntungan yang tinggi disertai dengan risiko yang bisa dikelola, diharapkan akan menaikkan nilai perusahaan, yang berarti menaikkan kemakmuran pemegang saham. Dengan kata lain, bisa dalam berinvestasi perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya perusahaan secara efisien, maka perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari calon investor untuk membeli sahamnya.

**Pengembangan Hipotesis**

**Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan**

*Sales growth* dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dikelola dengan optimal antara penjualan tahun sebelumnya dengan penjualan tahun sekarang (Ramdhonah et al., 2019). Pertumbuhan penjualan artinya peningkatan penjualan tahun ini dibandingkan dengan penjualan tahun sebelumnya. Indikasi penjualan diharapkan laba perusahaan ikut meningkat. Hal ini dikarenakan dalam tero sinyal menyatakan Tindakan yang diambil perusahaan dapat memberikan petunjuk bagaimana para investor memandang prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan lebih *profitable* dan hal ini merupakan sinyal positif bagi investor. (Fajriah dkk, 2022). Penjelasan tersebut dapat diilustrasikan Ketika para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indicator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi. Hasilnya, laba perusahaan akan naik sejalan dengan pertumbuhan yang meningkat. Peningkatan pendapatan perusahaan akan mengakibatkan peningkatan jumlah pajak yang dibayarkan. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung bahwa *sales growth* dapat meningkatkan nilai perusahaan (Khoeriyah, 2020; Elisa & Amanah, 2021; Arianti , 2022). Oleh karena itu, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Sales growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan**



**Webinar Nasional & Call For Paper:**

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

Kebijakan dividen dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kebijakan dividen merupakan Keputusan untuk memilih apakah perusahaan akan membagikan laba sebagai dividen atau dipertahankan sebagai laba ditahan. (Kurnia, 2019). Hal ini dikarenakan kebijakan dividen berkaitan dengan kebijakan mengenai seberapa besar laba yang diperoleh perusahaan akan didistribusikan kepada pemegang saham. Pembayaran dividen yang lebih tinggi menunjukkan bahwa manajemen mampu memenuhi pembayaran dividen dan manajemen seolah memberikan sinyal bahwa kondisi keuangan perusahaan sangat kuat sehingga mampu membagikan dividen. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung bahwa kebijakan dividen dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah (Bahrin dkk, 2020; Suardana dkk, 2020). Oleh karena itu, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H2 : Kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan**

Keputusan investasi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Keputusan investasi merupakan ketetapan yang dibuat oleh pihak perusahaan dalam membelanjakan dana yang dimilikinya dalam bentuk asset dengan harapan keuntungan di masa yang akan datang. (Utami & Damayanti, 2018). Penjelasan ini didukung dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa semakin tinggi

Keputusan investasi yang ditetapkan perusahaan maka akan menghasilkan kesempatan yang tinggi pula untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Keputusan investasi didefinisikan menciptakan Keputusan suaya dana yang dimiliki perusahaan akan dialokasikan untuk kegiatan perusahaan dan memanfaatkan dana semaksimal mungkin untuk mendanai kegiatan perusahaan. Jadi dapat disimpulkan keputusan investasi diambil sebagai salah satu alternatif dari perusahaan untuk mengeluarkan dana diluar kegiatan operasional. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung bahwa Keputusan investasi meningkatkan nilai perusahaan adalah (Utami & Damayanti, 2018; Hasnawati & Faisol, 2021; Suardana, 2020). Oleh karena itu, dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H3 : Keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

**III. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data dalam laporan tahunan perusahaan *food and staples retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Menurut Sugiyono (2019:16) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,



## Webinar Nasional & Call For Paper:

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alasan menggunakan metode kuantitatif adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang terjadi antar variabel.

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perusahaan *food and staples retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 dengan mengambil data berupa laporan keuangan tahunan (*Annual Report*) dan laporan keuangan audit yang diakses melalui *website*: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Alasannya adalah untuk memperoleh data keuangan perusahaan secara lengkap terkait penelitian ini karena sebagian data yang diperlukan dalam penelitian ini terdapat pada Bursa Efek Indonesia. Waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan Desember 2023 hingga selesai.

### Operasional Variabel Penelitian

#### Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y). Nilai perusahaan yaitu selisih antara harga pasar per saham dengan nilai buku per saham. PBV dipilih sebagai rasio untuk mengukur nilai perusahaan karena rasio PBV merupakan rasio yang sering digunakan untuk mengambil Keputusan investasi maupun menentukan nilai perusahaan. (Ukhriyawati & Dewi, 2019). Nilai perusahaan dapat dihitung sebagai berikut

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

#### Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Sales Growth*, Kebijakan Dividen dan Keputusan Investasi.

*Sales growth* pada penelitian ini diukur menggunakan *growth*. Bawa adanya informasi mengenai pertumbuhan perusahaan direspon baik oleh para investor sehingga meningkatkan harga saham yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan mengetahui seberapa besar pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memprediksi seberapa besar keuntungan yang akan didapatkan. (Fajriah dkk, 2022). Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$Growth = \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan (t-1)}}{\text{Penjualan (t-1)}}$$

Kebijakan dividen pada penelitian ini diukur menggunakan *Dividend Payout Ratio* (DPR). *Dividend Payout Ratio* (DPR) adalah rasio yang membandingkan pembagian dividen per saham (DPS) dengan laba per saham (EPS). Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan membagikan kepada pemegang saham (investor) dalam bentuk dividen serta sejauh mana keuntungan tersebut digunakan untuk mendanai kelangsungan operasional perusahaan (Apriliaawati & Nazar, 2023). Kebijakan dividen dapat diukur sebagai berikut:



## Webinar Nasional & Call For Paper:

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

$$DPR = \frac{DPS}{\text{laba per lembar saham}} \times 100\%$$

Keputusan investasi pada penelitian ini diukur menggunakan *Price Earnings Ratio* (PER). *Price Earnings Ratio* (PER) merupakan penilaian pasar modal terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan potensial perusahaan di masa datang. Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dalam menciptakan keputusan supaya dana yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan perusahaan mendapatkan keuntungan yang besar. (Tanggo & Taqwa, 2020). Keputusan investasi dapat dihitung dengan cara berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga saham}}{\text{laba per lembar saham}} \times 100\%$$

### Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan yang terdaftar dalam *food and staples retailing* yang menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* terdapat 10 perusahaan yang dijadikan sampel pada penelitian ini.

### Metode pengumpulan data

Pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data melalui dokumentasi, studi pustaka, riset internet.

### Metode analisis data

Penelitian ini menggunakan teknis analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif yaitu dilakukan dengan menganalisis permasalahan terhadap data yang dapat dikuantifikasikan, sehingga data yang dihasilkan dapat menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan dalam mengambil keputusan. Perhitungan dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan program *software statistic Eviews (Econometric Views)* versi 12.0.

## IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian adalah *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai probabilitas struktur modal sebesar 0,1141 yang berarti nilai probabilitas lebih besar dari nilai signifikansi (0,05). Oleh karena itu, variabel *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan hipotesis pertama ditolak.

*Sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan nilai *sales growth* bukan pusat utama dari perusahaan. Teori sinyal menyatakan apabila pertumbuhan penjualan tinggi maka nilai perusahaan akan besar dan menjadi sinyal positif bagi investor. Investor enggan menaruh investasinya kepada perusahaan yang



dianggap tidak memiliki pertumbuhan penjualan yang baik. Sebagai contoh, pada tahun 2022, Duta Intidaya Tbk. memiliki nilai *Growth* yang rendah sebesar 0,196, namun menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi sebesar 15,08. Sementara pada tahun 2021, meskipun memiliki *Growth* yang lebih rendah sebesar 2,473 perusahaan ini mengalami kenaikan nilai perusahaan sebesar 5,554. Demikian pula, Supra Boga Lestari Tbk. pada tahun 2020 memiliki *Growth* yang optimal yaitu 0,256, namun mengalami kenaikan tingkat nilai perusahaan sebesar 1,253. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tamba dkk, 2020; Arianti, 2022) yang menyatakan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Elisa & Amanah, 2021; Fajriah dkk, 2022; Claudia, 2019) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## 2. Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian adalah kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai probabilitas kebijakan dividen sebesar 0,9714 yang berarti nilai probabilitas lebih besar dari nilai signifikansi (0,05). Oleh karena itu, variabel kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan. Hal ini menunjukkan hipotesis kedua ditolak.

Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan kebijakan dividen tidak mempengaruhi nilai perusahaan karena besarnya dividen yang diberikan kepada pemegang saham tidak memiliki hubungan langsung dengan nilai perusahaan. Pemegang saham biasanya tertarik pada keuntungan jangka pendek dengan mencapai *capital gain*. Penjelasan ini dapat dicontohkan, pada tahun 2019 yang mana Supra Boga Lestari Tbk. mempunyai nilai kebijakan dividen yang rendah sebesar 0,162 dengan nilai perusahaan yang tinggi sebesar 0,954. Lalu pada tahun 2021 Supra Boga Lestari Tbk. mempunyai nilai kebijakan dividen yang tinggi sebesar 6,00 namun nilai perusahaan nya justru rendah sebesar 5,554. Hal serupa terjadi Midi Utama Indnesia Tbk. tahun 2018 yang mana perusahaan ini mempunyai nilai kebijakan dividen yang tinggi sebesar 0,301 dengan nilai perusahaan yang rendah sebesar 0,285. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suardana dkk, 2020; Hasnawati & Faisol, 2021) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bahrun dkk, 2020; Apriliaawati & Nazar, 2022) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



**Webinar Nasional & Call For Paper:**

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

**3. Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian adalah keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai probabilitas Keputusan investasi sebesar 0,0000, berarti nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikansi (0,05). Oleh karena itu, variabel keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan hipotesis keempat diterima.

Keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena keputusan investasi dipertimbangkan secara matang karena melibatkan risiko jangka panjang. Bawa ketika suatu perusahaan melakukan pengeluaran investasi, hal ini memberikan sinyal positif mengenai potensi di masa depan. pengaruh keputusan investasi dengan nilai perusahaan menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk mengoptimalkan investasi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Keputusan investasi diambil dengan tujuan untuk mencapai laba yang signifikan dengan risiko yang dapat dikelola. Harapannya, hal ini dapat mengoptimalkan nilai perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hasnawati & Faisol, 2021; Suardana, 2020; Elista & Ummi, 2020;

Muhammad Fadly, 2020) yang menyatakan bahwa keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tanggo & Taqwa., 2020; Rieke Diah, 2019) yang menyatakan bahwa keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.

**V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *sales growth*, kebijakan dividen dan Keputusan investasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan -perusahaan dalam *food and staples retailing* selama periode 2018-2022. Dengan demikian, hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. *Sales Growth* tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan
2. Kebijakan Dividen tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan
3. Keputusan Investasi memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Jika melakukan penelitian yang sama, disarankan untuk memilih jenis industri lain dengan sampel yang lebih luas untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat yang mewakili setiap industri dan mendukung

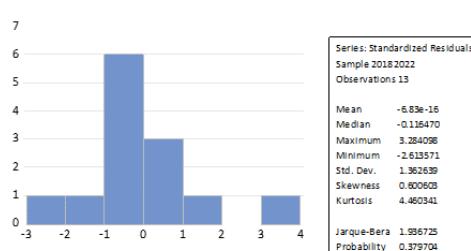


**Webinar Nasional & Call For Paper:  
“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”  
4 Juni 2024  
Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

- hasil yang serupa dengan penelitian sebelumnya.
2. Disarankan agar penelitian-penelitian selanjutnya memasukan variabel lain seperti yang berdampak kepada nilai perusahaan, yaitu Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan sebagainya yang dapat memperluas pembicaraan tentang variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan.
  3. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk meningkatkan jumlah sampel dan memperpanjang periode penelitian. Dengan mengambil sampel lebih banyak dan menggunakan rentang waktu yang lebih lama, hasil penelitian akan menjadi lebih tepat dan akurat.
  4. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk memperpanjang periode waktu penelitian, agar dapat merepresentasikan perusahaan dalam waktu yang panjang dan menghasilkan hasil penelitian yang lebih akurat.

**Tabel 1. 1 Uji Normalitas**



**Tabel 1. 2 Uji Multikolinearitas**

	Sales Growth	Kebijakan Dividen	Keputusan Investasi
Sales Growth	1.000000	-0.043308	0.550007
Kebijakan Dividen	-0.083144	1.000000	0.334388
Keputusan Investasi	0.550007	0.334388	1.000000

Data diolah (2024)

**Tabel 1. 3 Uji Heterokedastisitas**

Heteroskedasticity Test : White			
F-statistic	0.384642	Prob. F(3,36)	0.9356
Obs*R-squared	3.982553	Prob. Chi-Square(3)	0.9126
Scaled explained SS	77.33095	Prob. Chi-Square(3)	0.0000
Sumber: Data diolah (2024)			

**Tabel 1. 4 Uji Autokorelasi**

	R-squared	Mean dependent var	0.989265
	Adjusted R-squared	S.D. dependent var	1.758480
	S.E. of regression	Akaike info criterion	3.957176
	Sum squared resid	Schwarz criterion	4.152196
	Log likelihood	Hannan-Quinn criter.	4.011267
	F-statistic	Durbin-Watson stat	1.773652
	Prob(F-statistic)		
Data diolah (2024)	0.250882	0.143797	0.102164

**Tabel 1. 5 Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

	R-squared	Mean dependent var	2.814615
	Adjusted R-squared	S.D. dependent var	3.157962
	S.E. of regression	Hannan-Quinn criter.	4.077981
	F-statistic	Durbin-Watson stat	0.946515
	Prob(F-statistic)		
Data diolah (2024)	0.789730	0.719640	0.002110

**Tabel 1. 6 Uji F Goodness Of Fit**

	R-squared	Mean dependent var	2.814615
	Adjusted R-squared	S.D. dependent var	3.157962
	S.E. of regression	Hannan-Quinn criter.	4.077981
	F-statistic	Durbin-Watson stat	0.946515
	Prob(F-statistic)		
Data diolah (2024)	0.789730	0.719640	0.002110

**Tabel 1. 7 Uji T**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.314571	0.382886	-3.424376	0.0076
Sales Growth	0.226370	0.129384	1.749591	0.1141
Kebijakan Dividen	0.007324	0.198381	0.036917	0.9714
Keputusan Investasi	0.996282	0.061575	16.17987	0.0000

Data diolah (2024)

**Tabel 1. 8 Uji Analisis Regresi Data Panel**



**Webinar Nasional & Call For Paper:**

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

Variable	Coefficient	Std. Error
C	27.57178	21.01740
Sales Growth	-0.014746	0.071055
Kebijakan Dividen	-9.222092	25.70421
Keputusan Investasi	0.025023	0.173986

Data diolah (2024)

**DAFTAR PUSTAKA**

Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(4).

Al hadad, N., & Widiyati, D. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 3(1), 71–88. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v3i1.2736>

Apriliauwati, F., & Nazar, S. N. (2023). ... Modal Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Keputusan Investasi Sebagai Variabel Moderasi Pada Esg Quality .... *Unikal National Conference*, 832–842. <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/unc/article/view/1409%0Ahttps://proceeding.unikal.ac.id/index.php/unc/article/download/1409/1019>

Arianti, B. F. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan

Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1–10.

Azis, A. A., & Sari, I. R. (2022). Pengaruh Capital Intensity, Sales Growth Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017 – 2021. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 311–324. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.290>

Bahrun, M. F., Tifah, T., & Firmansyah, A. (2020). Pengaruh keputusan pendanaan, keputusan investasi, kebijakan dividen, dan arus kas bebas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 263–276.

Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). Pengaruh Sales Growth dan Firm Size terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).

Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(7).



**Webinar Nasional & Call For Paper:**

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12.

Hasnawati, S., & Faisol, A. (2021). PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, KEBIJAKAN DIVIDEN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Rieke Diah Delarosa Sormin Bandar Lampung, Lampung. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(3), 141–161.

Hermawan, A. D. (2018). Pengaruh Kebijakan Deviden, Growth Opportunity dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Intervening. *Sosio E-Kons*, 10(2), 131–142.

Khoeriyah, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Sales Growth Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Profita*, 13(1), 96. <https://doi.org/10.22441/profita.2020.v13.01.008>

Krisnando, K., & Novitasari, R. (2021). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan firm size terhadap nilai perusahaan pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 71–81.

Kurnia, D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Provinsi Banten yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2016. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(2), 178. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i2.1433>

Lestari, A. S. A. (2020). Pengaruh Keputusan Investasi, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 60–73.

Maulidia, L., & Asyik, N. F. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan likuiditas terhadap financial distress pada perusahaan food and beverage di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2).

Nelwan, A., & Tulung, J. E. (2018). Pengaruh kebijakan dividen, keputusan pendanaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan pada saham bluechip yang terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).



**Webinar Nasional & Call For Paper:**

**“SIMFONI KREASI: Kompetisi Ide Bisnis, Diseminasi PKM & Penelitian”**

**4 Juni 2024**

**Vol. 3, No. 2, Tahun 2024**

**No. ISSN: 2809-6479**

Penulis. (2021). *No Title*. Media Berita.

<https://amp.kontan.co.id/news/sektor-barang-konsumen-melorot-1129-sejak-awal-tahun-ini-sebabnya>

Prof.Dr.Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitaif,Kualitatif dan R&D, ISBN: 979-8433-64-10. In *Alfabeta* (Issue 465).

Rivandi, M., & Septiano, R. (2021). Pengaruh intellectual capital disclosure dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(1), 123–136.

Suardana, I. K., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 2(2), 137–155. <http://ejournal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/975/845>

Subardjo, A., & Rosari, Q. I. (2021). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Firm Size, dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(3), 1–25.

Tamba, E. C., Pandiangan, L., Ginting, R. N., & Sitepu, W. R. B. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Likuiditas dan

Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 485. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.294>

Tanggo, R. R., & Taqwa, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Kualitas Laba Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(4), 3828–3839. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i4.321>

Ukhriyawati, C. F., & Dewi, R. D. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *EQUILIBIRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 6(1).

Utami, A. P. S., & Darmayanti, N. P. A. (2018). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan food and beverages. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5719.

WIDIARTI. (2022). *Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*. 20(1), 183–189.