

**PENGARUH LEVERAGE DAN *SALES GROWTH* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR
OTOMOTIF DAN KOMPONENNYA YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)
Program Studi Akuntansi*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh :

Nama : AGENG ELLA SYARI
NPM : 1805170106
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 (061) 66224567 Medan 20238



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Senin, tanggal 12 September 2022, Pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : AGENG ELLA SYARI
N P M : 1805170106
Program Studi : AKUNTANSI
Judul Skripsi : **PENGARUH LEVERAGE DAN SALES GROWTH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR OTOMOTIF DAN KOMPONENNYA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I

Penguji II

(Assoc. Prof. Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si.)

(M. FIRZA ALPI, S.E., M.Si.)

Pembimbing

(SEPRIDA HANUM HARAHAP, S.E., SS., M.Si.)

Ketua

Sekretaris

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : AGENG ELLA SYARI

NPM : 1805170106

Program Studi : AKUNTANSI

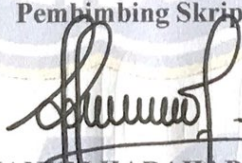
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH LEVERAGE DAN SALES GROWTH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR OTOMOTIF DAN KOMPONENNYA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Juli 2022

Pembimbing Skripsi



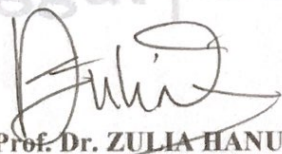
(SEPRIDA HANUM HARAHAP., SE., SS., M.Si)

Diketahui/Disetujui

Oleh :

Ketua Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



(Assoc. Prof. Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

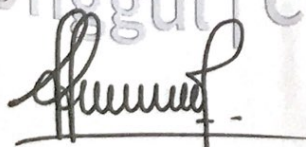
Nama : AGENG ELLA SYARI
 NPM : 1805170106
 Dosen Pembimbing : SEPRIDA HANUM HARAHAP, S.E., S.S., M.Si
 Program Studi : AKUNTANSI
 Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
 Judul Penelitian : Pengaruh Leverage Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	perbaiki latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah	01/07-2022	Sh
Bab 2	tambahkan teori dan jurnal	12/07-2022	Sh
Bab 3	perbaiki metode penelitian, populasi dan sample, teknik analisis data	20/07-2022	Sh
Bab 4	perbaiki data dan pembahasan	20/07-2022	Sh
Bab 5	perbaiki kesimpulan dan saran	09/08-2022	Sh
Daftar Pustaka	perbaiki daftar pustaka	15/08-2022	Sh
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Selesai bimbingan Acc	25/08-2022	Sh

Medan,2022

Diketahui / Disetujui Oleh,
Ketua Program Studi Akuntansi

Dosen Pembimbing



(Seprida Hanum Harahap, S.E., S.S., M.Si)



(Assoc. Prof. Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ageng Ella Syari
NPM : 1805170106
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Leverage Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” adalah bersifat asli (original), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Medan, *November* 2022
Yang menyatakan,



Ageng Ella Syari
NPM. 1805170106

Unggul | Cerdas | Terpercaya

ABSTRAK

Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Audit Fee Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018 dan Tahun 2019

Ageng Ella Syari
Program Studi Akuntansi
email: ageng.ellasyari2016@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Leverage dan Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan purposive sampling dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Sampel yang diperoleh sebanyak 13 perusahaan dengan 40 unit analisis. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software IBM SPSS versi 25.

Hasil dari penelitian secara parsial ini adalah Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016- 2020 sedangkan Sales Growth berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016- 2020. Dan secara simultan Leverage dan Sales Growth berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016- 2020.

Kata Kunci : Leverage, Sales Growth, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

The Effect Of Leverage And Sales Growth On Company Value In The Automotive Sub Sector Companies And Its Listed Components On The Indonesia Stock Exchange

Ageng Ella Syari

Accounting Program Study

email: ageng.ellasyari2016@gmail.com

This study aims to examine and analyze the effect of Leverage and Sales Growth on Firm Value. Firm value is an investor's perception of the company, which is often associated with stock prices. Firm value is an important indicator of how the market values the company as a whole. This study uses a quantitative approach with an associative research design. The sampling technique used was purposive sampling with predetermined criteria. The samples obtained were 13 companies with 40 units of analysis. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS version 25 software.

The results of this partial study are that Leverage has a negative and significant effect on Company Value in Automotive Sub-Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2020 while Sales Growth has a positive and insignificant effect on Company Value in Automotive Sub-Sector companies that Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2020. Simultaneously, Leverage and Sales Growth have a significant effect on Company Value in Automotive Sub-Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2020.

Kata Kunci : Leverage, Sales Growth, Value Company

KATA PENGANTAR



Assalamua'laikum Warrahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH LEVERAGE DAN *SALES GROWTH* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR OTOMOTIF DAN KOMPONENNYA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA”

Shalawat berangkaikan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, karena telah membawa kita semua dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan sekarang ini.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Selama penyusunan skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bantuan, bimbingan serta doa yang tidak henti-hentinya dari yang teristimewa kedua orang tua Peneliti yang telah memberikan segala kasih sayang, do'a, perhatian, pengorbanan dan semangat kepada peneliti dan berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Agussani, M.A.P** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,

2. Bapak **H. Januri, SE., M.M., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
3. Bapak **Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan S.E., M.Si** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
4. Bapak **Dr. Hasrudy Tanjung S.E., M.Si** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
5. Ibu **Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum S.E., M.Si** selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
6. Bapak **Riva Ubar Harahap, S.E., M.Si, Ak., CA., CPA** selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
7. Ibu **Seprida Hanum, A.Md., S.E., M.Si** selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini,
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Akuntansi atas ilmu dan pembekalan yang diberikan kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
9. Seluruh Pegawai/Staff Biro Akuntansi yang telah membantu seluruh proses administrasi selama perkuliahan berlangsung.

Peneliti juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini demi perbaikan- perbaikan kedepannya dan untuk penyempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Medan, Juni 2022

Ageng Ella Syari
NPM. 1805170106

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKAN	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>)	8
2.1.2 <i>Signaling Theory</i>	12
2.1.3 Nilai Perusahaan.....	14
2.1.4 <i>Leverage</i>	19
2.1.5 <i>Sales Growth</i>	21
2.2 Kerangka Konseptual	25
2.2.1 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	25
2.2.2 Pengaruh <i>Sales Growth</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	26
2.3 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Definisi Operasional Variabel	28
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	29
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.4.1 Populasi Penelitian.....	30

3.4.2	Sampel Penelitian.....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
3.6	Teknis Analisis Data	32
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif	32
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.3	Uji Hipotesis	34
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	37
4.1	Deskripsi Data	37
4.1.1	Leverage (X1)	37
4.1.2	<i>Sales Growth</i> (X2)	38
4.1.3	Nilai Perusahaan (Y).....	38
4.2	Analisis Data	39
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif	39
4.2.2	Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	41
4.2.4	Pengujian Hipotesi	45
4.2.5	Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.2.6	Pembahasan Hasil Penelitian	49
BAB V	PENUTUP	52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA		54
LAMPIRAN.....		57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Perusahaan Sub Sektor Otomotif.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 3. 3 Populasi Perusahaan Penelitian.....	30
Tabel 3. 4 Kriteria Pemilihan Sampel	31
Tabel 4. 1 Sampe Penelitian.....	37
Tabel 4. 2 Data Leverage	38
Tabel 4. 3 Data Sales Growth	38
Tabel 4. 4 Data Nilai Perusahaan	38
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji-t.....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	47
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	26
Gambar 4. 1 Uji Normalitas dengan Pendekatan Normal Probability Plot.....	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Sampel Perusahaan Penelitian.....	58
Lampiran 2. Data Leverage Perusahaan Penelitian.....	59
Lampiran 3. Data Sales Growth Perusahaan Penelitian.....	60
Lampiran 4. Data Nilai Perusahaan	61
Lampiran 5. Hasil Ouput SPSS.....	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Semakin bertambah jumlah perusahaan baru maka persaingan yang ada akan semakin ketat. Hal ini akan mendorong perusahaan untuk melakukan berbagai strategi bisnis agar dapat tetap bertahan dan menjadi yang terbaik. Salah satu tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Husnan, 2006). Semakin baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor.

Di dalam dunia bisnis pelaksanaan dan pengembangan usaha memerlukan modal yang secara umum bersumber dari pembiayaan internal dan pembiayaan eksternal perusahaan. Sumber pembiayaan internal yaitu berasal dari dana yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri. Sedangkan sumber pembiayaan eksternal yaitu dana yang berasal dari luar perusahaan dengan cara meminjam kepada kreditur atau melalui penerbitan saham. Hal ini dilakukan karena dalam mengembangkan suatu usaha perusahaan membutuhkan dana yang besar, dan dana yang berasal dari internal perusahaan saja tidak dapat mencukupi kebutuhan

perusahaan. Maka dari itu perusahaan selalu berusaha untuk mencari dana tambahan yang berasal dari sumber pembiayaan eksternal.

Salah satu cara perusahaan untuk mendapatkan dana atau tambahan modal yaitu melalui kegiatan jual beli saham di pasar modal. Pasar modal merupakan sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari eksternal (investor). Dalam aktivitas investasi di pasar modal, perusahaan sebagai pihak yang membutuhkan dana, yang dimana dapat dipertemukan dengan investor sebagai pihak yang menyediakan dana. Investor melakukan investasi bertujuan untuk memperoleh *capital gain* yang merupakan keuntungan yang diperoleh dari selisih harga saham pada saat membeli dan menjual dan juga dapat memperoleh keuntungan dari pembagian dividen.

Setiap investor sebelum memutuskan untuk menginvestasikan dananya, terlebih dahulu investor tersebut harus memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai kinerja perusahaan yang dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan investasi. Apabila kinerja perusahaan memberikan sinyal baik, maka saham tersebut akan diminati investor, sehingga harga saham akan meningkat dan nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Kemudian salah satu yang menjadi bahan pertimbangan investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan adalah tujuan yang harus dicapai oleh setiap perusahaan. Menurut Rachmawati (2015) mengemukakan bahwa nilai perusahaan sebagai persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa public, salah satunya adalah dengan menggunakan analisis rasio-rasio keuangan seperti rasio leverage.

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Novari & Putu, 2016). Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER). Karena rasio ini mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan.

Suatu perusahaan dikatakan tidak solvable apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total aktiva yang dimilikinya. Dengan demikian semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan maka akan menimbulkan risiko kerugian yang besar, akan tetapi juga ada kesempatan mendapatkan laba yang besar. Hal tersebut akan mempengaruhi tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *sales growth*. Penjualan harus dapat menutupi biaya sehingga dapat meningkatkan keuntungan (Barus & Leliani, 2013). Perhitungan tingkat *sales growth* adalah dengan membandingkan antara penjualan akhir periode dengan penjualan yang dijadikan tahun dasar (penjualan akhir periode sebelumnya). Apabila persentase perbandingannya semakin besar, dapat disimpulkan bahwa *sales growth* semakin baik atau lebih baik dari periode sebelumnya.

Menurut Sari (2013) *sales growth* yang semakin meningkat akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan. Bagi investor, perusahaan yang pertumbuhannya baik merupakan aspek yang menguntungkan dalam memperoleh return atas investasinya. *Sales growth* mencerminkan keberhasilan investasi di masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan di masa depan.

Apabila *sales growth* perusahaan positif dan meningkat, maka mengindikasikan nilai perusahaan yang besar dan merupakan harapan bagi pemilik perusahaan. Para investor menggunakan *sales growth* sebagai *public4ia* untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya. Semakin meningkatnya *sales growth* akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan.

Berikut ini ditemukan beberapa fenomena yang dapat mendukung penelitian ini pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 :

Tabel 1. 1 Data Perusahaan Sub Sektor Otomotif

Kode Perusahaan	Tahun	Leverage	<i>Sales Growth</i>	Nilai Perusahaan
ASII	2016	0,872	-0,017	2,395
	2017	0,891	0,138	2,149
	2018	0,977	0,161	1,939
	2019	0,885	-0,009	1,507
	2020	0,730	-0,262	1,248
AUTO	2016	0,387	0,092	0,938
	2017	0,401	0,058	0,918
	2018	0,411	0,133	0,650
	2019	0,375	0,006	0,528
	2020	0,447	-0,232	0,477
BOLT	2016	0,152	0,224	2,317
	2017	0,650	-0,003	3,252
	2018	0,778	0,133	3,080
	2019	0,663	0,017	2,618
	2020	0,599	-0,346	2,645
GJTL	2016	2,197	0,051	0,638
	2017	2,197	0,038	0,426
	2018	2,355	0,085	0,371
	2019	2,024	0,038	0,324
	2020	1,594	-0,157	0,333
IMAS	2016	2,820	-0,014	0,540
	2017	2,381	0,141	0,253
	2018	3,024	0,285	0,580
	2019	3,751	-0,129	0,332
	2020	2,807	-0,222	0,330

INDS	2016	0,198	-0,169	0,257
	2017	0,135	0,021	0,427
	2018	0,131	0,164	0,673
	2019	0,102	0,041	0,561
	2020	0,102	-0,182	0,512
PRAS	2016	1,304	-0,219	0,172
	2017	1,280	-0,050	0,230
	2018	1,377	0,650	0,186
	2019	1,566	-0,408	0,148
	2020	2,210	-0,118	0,165
SMSM	2016	0,427	0,027	3,572
	2017	0,337	0,160	3,969
	2018	0,303	0,178	3,736
	2019	0,272	0,001	3,395
	2020	0,275	-0,178	3,011

Sumber : Diolah Peneliti pada Tahun 2022 dari www.idx.co.id

Dari tabel diatas merupakan data leverage, sales growth dan nilai perusahaan 5 tahun dari 8 perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya. Berdasarkan tabel 1.1 meningkatnya Leverage tidak diikuti pula dengan meningkatnya Nilai Perusahaan tersebut, begitu dengan meningkatnya *Sales Growth* yang meningkat juga tidak di ikuti oleh pertumbuhan Nilai Perusahaan.

Ditemukan beberapa fenomena pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 Salah satunya yaitu perusahaan AUTO. Dalam lima tahun penelitian leverage perusahaan tersebut mengalami peningkatan, akan tetapi nilai perusahaannya cenderung mengalami penurunan setiap tahun. Hal ini bertentangan dengan teori Lumalan (2019) yang menyatakan bahwa suatu perusahaan dikatakan tidak solvable apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total aktiva yang dimilikinya, dengan demikian semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan maka akan menimbulkan risiko kerugian yang besar, akan tetapi juga ada kesempatan mendapatkan laba yang besar. Hal tersebut akan mempengaruhi tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kemudian fenomena selanjutnya terjadi pada perusahaan ASII. Dalam lima tahun penelitian *sales growth* perusahaan tersebut mengalami fluktuasi atau naik turun dari tahun ke tahun, akan tetapi nilai perusahaan tersebut cenderung mengalami penurunan.. Kondisi tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanto (2008) yang menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Memiliki pengaruh yang positif artinya *sales growth* yang meningkat akan berpengaruh terhadap peningkatan juga pada nilai perusahaan. Hal ini juga telah dijelaskan oleh Safrida (2008) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki *sales growth* yang tinggi dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan diiringi adanya peningkatan pasar yang secara langsung menaikkan nilai perusahaan.

Maka berdasarkan uraian dan fenomena-fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Leverage* dan *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponennya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya fluktuasi nilai perusahaan setiap tahunnya.
2. Leverage pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 mengalami peningkatan yang diikuti oleh menurunnya nilai perusahaan. Hal ini bertentangan dari teori yang ada.
3. Penurunan *sales growth* tidak selalu diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan pada perusahaan sub public otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
2. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
3. Apakah leverage dan *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
2. Untuk menguji pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
3. Untuk menguji pengaruh leverage dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?

1.5 Manfaat Penelitian

1. **Bagi Peneliti**, Menambah pemahaman mengenai pengaruh leverage dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan.
2. **Bagi Mahasiswa**, Penelitian ini juga bisa digunakan mahasiswa untuk dikembangkan ⁷public⁷ dalam penelitian selanjutnya. Kemudian, penelitian ini juga memberikan pengetahuan mengenai ilmu akuntansi.
3. **Peneliti Selanjutnya**, Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadikan referensi dalam pemikiran dan penalaran untuk merumuskan masalah yang baru dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori Agensi memberikan peranan penting bagi akuntansi terutama dalam menyediakan informasi setelah suatu kejadian yang disebut sebagai peranan pasca keputusan. Peranan ini sering diasosiasikan dengan peran pengurusan (*stewardship*) akuntansi, dimana seorang agen melapor kepada publik tentang kejadian-kejadian dimasa lalu. Inilah yang memberi akuntansi nilai umpan baliknya selain nilai prediktifnya.

Dimana nilai umpan balik menjelaskan bahwa informasi juga mempunyai peran penting dalam menguatkan atau mengoreksi harapan-harapan sebelumnya. Suatu keputusan jarang sekali dibuat secara terpisah. Informasi mengenai hasil dari suatu keputusan seringkali merupakan masukan kunci dalam pengambilan keputusan berikutnya. Akuntansi idealnya menyediakan jasa yang sama bagi investor, dengan memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi investasi mereka sepanjang waktu.

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan didalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh

kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*.

Ross (1973) menyatakan bahwa bisa dikatakan hubungan keagenan muncul di antara dua atau lebih bagian dimana salah satu ditunjuk sebagai agen yang bertindak atas nama atau sebagai perwakilan untuk pihak lain (*principal*) yang merupakan pemegang saham dalam perusahaan. Perusahaan yang melakukan pemisahan fungsi pengelolaan dan fungsi kepemilikan akan mengakibatkan munculnya perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Perbedaan ini dapat terjadi karena manajer tidak perlu ikut menanggung risiko sebagai akibat adanya pengambilan keputusan yang salah, begitu pula jika mereka tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Risiko tersebut sepenuhnya ditanggung oleh para pemilik yaitu pemegang saham, karena pihak manajemen tidak ikut menanggung risiko maka mereka cenderung untuk membuat keputusan yang tidak optimal. Begitupun halnya dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan yang tidak dapat sepenuhnya dinikmati oleh manajer, sehingga manajer tidak hanya berkonsentrasi pada maksimalisasi nilai dalam pengambilan keputusan pendanaan untuk peningkatan kemakmuran pemegang saham, melainkan bertindak untuk mengejar kepentingannya sendiri. Para manajer mempunyai kecenderungan untuk memperoleh keuntungan sebesar – besarnya dengan biaya pihak lain.

Menurut Eisenhardt (1989) teori keagenan (*agency theory*) dilandasi oleh beberapa asumsi. Asumsi – asumsi tersebut dibedakan menjadi tiga jenis yaitu, asumsi tentang sifat manusia, asumsi keorganisasian, dan asumsi informasi. Asumsi sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat mementingkan

sendiri (*self interest*), memiliki keterbatasan rasionalitas (*bounded rationality*) dan tidak menyukai risiko (*risk averse*). Asumsi keorganisasian menekankan bahwa adanya konflik antar anggota organisasi dan adanya asimetri informasi antara *principal* dan *agent*, sedangkan asumsi informasi menekankan bahwa informasi sebagai barang komoditi yang bisa diperjualbelikan.

Perbedaan kepentingan antara *principal* dengan *agent* dapat menimbulkan permasalahan yang dikenal dengan asimetri informasi. Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan *agent* memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Akibat adanya informasi yang tidak seimbang (asimetri informasi) ini, dapat menimbulkan dua permasalahan yang disebabkan karena adanya kesulitan *principal* memonitor dan melakukan *public* terhadap *public* terhadap *agent*. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan permasalahan tersebut adalah :

a. *Moral Hazard*

Yaitu permasalahan yang muncul jika *agent* tidak melaksanakan hal-hal yang telah disepakati *public* dalam kontrak kerja.

b. *Adverse Selection*

Yaitu suatu keadaan dimana *principal* tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan yang diambil oleh *agent* benar-benar didasarkan atas informasi yang telah diperolehnya, atau terjadi sebagai sebuah kelalaian dalam tugas

Jensen dan Meckling (1976) membagi biaya keagenan ini menjadi *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual loss*. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh *principal* untuk memonitor perilaku *agent*, yaitu

untuk mengukur, mengamati, dan mengontrol perilaku *agent*. *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggung oleh *agent* untuk menetapkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa *agent* akan bertindak untuk kepentingan *principal*. Selanjutnya *residual loss* merupakan pengorbanan yang berupa berkurangnya kemakmuran *principal* sebagai akibat dari perbedaan keputusan *agent* dan keputusan *principal*. *Residual loss* merupakan nilai uang yang ekuivalen dengan pengurangan kemakmuran yang dialami oleh *principal* sebagai akibat dari perbedaan kepentingan atau nilai kerugian yang dialami *principal* akibat keputusan yang diambil oleh *agent*.

Teori agensi menunjukkan bahwa perusahaan dapat dilihat sebagai suatu hubungan konflik antara pemegang sumber daya. Suatu hubungan agensi muncul ketika satu atau lebih individu, yang disebut pelaku mempekerjakan satu atau lebih individu lain yang disebut agen, untuk melakukan layanan tertentu dan kemudian mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen. Hubungan utama agensi dalam bisnis adalah antara pemegang saham dengan manajer dan pemegang saham dengan *debtholders*. Hubungan ini tidak selalu harmonis walaupun memang teori keagenan berkaitan dengan konflik agensi atau konflik kepentingan antara agen dan pelaku. Hal ini memiliki implikasi, untuk tata kelola perusahaan dan etika bisnis. Ketika agensi terjadi, cenderung menimbulkan biaya agensi (biaya yang dikeluarkan dalam rangka untuk mempertahankan hubungan agensi yang efektif), misalnya menawarkan bonus kinerja manajemen untuk mendorong manajer bertindak untuk kepentingan pemegang saham (Giriati, 2016). Oleh karena itu, teori keagenan telah muncul sebagai model yang dominan dalam literatur ekonomi keuangan, dan secara luas dibahas dalam konteks etika

bisnis.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) penunjukan manajer oleh pemegang saham untuk mengelola perusahaan akan memunculkan perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Perbedaan sangat mungkin terjadi karena para pengambil keputusan tidak perlumenanggung resiko sebagai akibat adanya kesalahan dalam pengambilan keputusan bisnis, begitu pula jika mereka tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Resiko tersebut sepenuhnya ditanggung oleh para pemilik. Karena tidak menanggung resiko dan tidak mendapat tekanan dari pihak lain dalam mengamankan investasi para pemegang saham, maka pihak manajemen cenderung membuat keputusan yang tidak optimal. Kondisi ini akan menimbulkan masalah keagenan.

Salah satu cara untuk mengurangi konflik keagenan adalah dengan meningkatkan kepentingan manajerial. Menurut Crutchley dan Hansen (1989) dalam Ahmad dan Yossi (2008), perusahaan meningkatkan kepemilikan manajerial untuk mensejajarkan kedudukan manajerial dengan pemegang saham sehingga bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Dengan peningkatan persentase kepemilikan, manajer termotivasi meningkatkan kinerja dan bertanggungjawab meningkatkan kemakmuran pemegang saham, sehingga akan mempengaruhi tingkat nilai perusahaan.

2.1.2 *Signaling Theory*

Menurut Brigham dan Houston (2010) isyarat atau signal adalah suatu yang diambil perusahaan untuk member petunjuk bagi karyawan tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk

merealisasikan keinginan pemilik.

Signalling Theory yang dikemukakan oleh Ross (1977), menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat.

Signaling theory menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah kepada perusahaan. Perusahaan dapat mengurangi asimetri informasi dengan memberikan sinyal kepada pihak luar.

Hubungan teori sinyal dengan penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen sering dianggap sebagai sinyal bagi investor dalam menilai baik buruknya perusahaan, hal ini disebabkan karena kebijakan dividen dapat membawa pengaruh terhadap harga saham perusahaan. Kenaikan jumlah dividen tunai dianggap sebagai sinyal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa depan. Kenaikan dividen tunai seringkali menyebabkan kenaikan harga saham yang berarti bahwa nilai perusahaan meningkat, sementara pemotongan dividen umumnya menyebabkan penurunan harga saham yang berarti penurunan nilai perusahaan (Hardiningsih, 2009).

Peningkatan utang juga dapat diartikan pihak luar tentang kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya di masa yang akan datang, sehingga

penambahan utang akan memberikan sinyal positif. Ini karena perusahaan yang meningkatkan utang dapat dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Mai, 2013). Hal tersebut dapat dipahami karena perusahaan yang berhasil membukukan laba yang meningkat, mengindikasikan perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga dapat menciptakan sentiment positif para investor dan dapat membuat harga saham perusahaan meningkat. Meningkatkan harga dipasar, maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Mazrad, 2014).

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Muvidha & Suryono (2017) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Investor yang menilai perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa depan akan cenderung membeli saham perusahaan tersebut. Akibatnya permintaan saham yang tinggi menyebabkan harga saham meningkat. Sehingga harga saham yang meningkat menunjukkan bahwa investor memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan.

Menurut Brigham & Houston (2013) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Berbagai kebijakan diambil oleh manajemen dalam upaya meningkatkan nilai

perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham tercermin pada harga saham.

Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2010) Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya.

Menurut Puspita (2011), nilai perusahaan adalah pandangan investor pada perusahaan, dan hal ini sering dihubungkan dengan harga saham. Yang dimaksud harga saham adalah harga yang terjadi ketika saham diperdagangkan di pasar saham. Jika harga saham tinggi, maka nilainya pun ikut tinggi.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Salvatore, 2005). Menurut Jogi & Tarigan (2007) terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan yaitu:

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3. Nilai Instrinsik

Nilai instrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai yang diperoleh dengan membagi total ekuitas dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai hasil penjualan publik atau seluruh harta suatu perusahaan jika harta tersebut dijual atau jika perusahaan yang bersangkutan dilikuidasi.

2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2013) nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Rasio Likuiditas

Aset likuid merupakan publik yang diperdagangkan di pasar aktif sehingga dapat dikonversi dengan cepat menjadi kas pada harga pasar yang berlaku. Rasio likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dengan publik publik perusahaan lainnya dengan kewajiban lancarnya. Perusahaan dapat dikatakan likuid apabila perusahaan mampu melunasi utangnya publik utang tersebut telah jatuh tempo. Semakin perusahaan likuid maka perusahaan tersebut mampu membayar kewajibannya sehingga investor tertarik untuk membeli saham dan harga saham akan bergerak naik. Dengan demikian nilai perusahaan akan meningkat.

2. Rasio Manajemen Asset

Rasio manajemen 17ubli mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola asetnya. Rasio ini menggambarkan jumlah 17ubli terlihat wajar, terlalu tinggi, atau terlalu rendah jika dilihat dari sisi penjualan. Jika perusahaan memiliki terlalu banyak 17ubli maka biaya modalnya terlalu tinggi dan labanya akan tertekan. Di lain pihak jika 17ubli terlalu rendah maka penjualan yang menguntungkan akan menghilang.

3. Rasio Manajemen Utang (*leverage*)

Rasio leverage mengukur sejauh mana perusahaan mendanai usahanya dengan membandingkan antara dana sendiri yang telah disetorkan dengan jumlah pinjaman kepada kreditur. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki risiko kecil apabila kondisi perekonomian menurun, tetapi sebaliknya apabila kondisi perekonomian sedang naik perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang relative besar. Keputusan dengan penggunaan leverage harus dipertimbangkan dengan saksama antara kemungkinan risiko dengan tingkat keuntungan yang akan diperoleh.

4. Rasio Profitabilitas.

Rasio ini mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, 17ubli bersih perusahaan maupun modal sendiri. Rasio ini lebih diminati oleh para pemegang saham dan manajemen perusahaan sebagai salah satu alat keputusan investasi, apakah investasi bisnis ini akan dikembangkan, dipertahankan dan sebagainya.

2.1.3.3 Indikator Nilai Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2013) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu:

1. *Price to Book Value Ratio* (Rasio Nilai Pasar/Nilai Buku)

Price to Book Value ratio atau rasio nilai pasar/nilai buku merupakan ukuran nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Rasio ini memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan. Perusahaan akan dipandang baik oleh investor apabila perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman dan terus mengalami pertumbuhan. Nilai pasar/nilai buku diperoleh melalui perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Berikut ini merupakan rumus dari *Price to Book Value* (PBV):

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

2. *Price Earning Ratio* (Rasio Harga/Laba)

Price Earning Ratio atau rasio harga/laba merupakan rasio harga per lembar saham terhadap laba per lembar saham yang menunjukkan berapa banyak jumlah rupiah yang harus dibayarkan oleh para investor untuk membayar setiap rupiah laba yang dilaporkan. *Price Earning Ratio* (PER) yang tinggi akan menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi. Berikut ini merupakan rumus dari *Price Earning Ratio* (PER):

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per lembar Saham}}$$

2.1.4 *Leverage*

2.1.4.1 *Pengertian Leverage*

Leverage adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Menurut Fahmi (2014) penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori hutang ekstrim (*extreme leverage*). Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa hutang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar hutang.

Menurut Harahap (2011) leverage menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun 19ubli. Rasio ini melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Perusahaan yang baik seharusnya memiliki komposisi modal yang lebih besar daripada utang.

Menurut Agus Sartono (2008), pengertian leverage adalah penggunaan 19ubli dan sumber dana (*source of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Menurut Fakhruddin H.M. (2008), leverage adalah jumlah utang yang digunakan untuk membiayai/ membeli 19ubli-aset perusahaan. Suatu perusahaan dengan utang yang lebih besar dari equity disebut sebagai perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi.

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2013), pengertian leverage adalah suatu rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, dimana rasio tersebut dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai

oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal.

Manajer keuangan dituntut untuk mengelola rasio leverage dengan baik sehingga mampu menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan tingkat risiko yang dihadapi, selain itu besar kecilnya rasio ini sangat tergantung dari pinjaman yang dimiliki perusahaan (Kasmir, 2010).

2.1.4.2 Tujuan *Leverage*

Menurut Kasmir (2013) ada enam tujuan perusahaan menggunakan rasio leverage, yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.

2.1.4.3 Jenis-jenis *Leverage*

Jenis-jenis rasio leverage yang biasa digunakan adalah

1. Debt to Assets Ratio (DAR)

Rasio yang biasa disebut dengan rasio hutang (*debt ratio*) ini mengukur prosentase besarnya dana yang berasal dari hutang. Hutang yang dimaksud adalah semua hutang yang dimiliki oleh perusahaan baik yang berjangka pendek maupun yang berjangka 20ublic20. Kreditor lebih menyukai *debt ratio* yang rendah sebab tingkat keamanan dananya menjadi semakin baik (Sutrisno, 2001). Rasio ini menunjukkan sejauh mana hutang dapat ditutupi

oleh aktiva. Semakin kecil rasionya semakin aman (*solvable*). Porsi hutang terhadap aktiva harus lebih kecil.

2. Debt to Equity Ratio (DER)

Rasio hutang dengan modal sendiri (*debt to equity ratio*) adalah imbangan antara hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini berarti modal sendiri semakin sedikit dengan hutangnya. Bagi perusahaan sebaiknya besarnya hutang tidak boleh melebihi modal sendiri agar beban tetapnya tidak terlalu tinggi

3. Time Interest Earned Ratio

Time Interest Earned Ratio mengukur seberapa besar keuntungan dapat berkurang (turun) tanpa mengakibatkan adanya kesulitan keuangan karena perusahaan tidak mampu membayar bunga. Rasio yang tinggi menunjukkan situasi yang aman, meskipun barangkali juga menunjukkan terlalu rendahnya penggunaan hutang (penggunaan *financial leverage*) perusahaan. Sebaliknya, rasio yang rendah memerlukan perhatian dari pihak manajemen.

2.1.5 Sales Growth

2.1.5.1 Pengertian Sales Growth

Menurut Detiana (2011), *sales growth* mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan yang akan datang. Suatu perusahaan yang berada dalam industri yang mempunyai laju pertumbuhan yang tinggi harus menyediakan modal yang cukup untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan.

Kusumajaya (2011) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan *sales growth* memengaruhi nilai perusahaan

atau harga saham sebab *sales growth* menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak pada respon positif dari investor. Menurut Brigham & Houston (2013) sebuah perusahaan yang penjualannya relatif stabil akan aman dalam meminjam lebih banyak hutang dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi daripada perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Peningkatan penjualan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan dan laba perusahaan. Perusahaan yang memiliki *sales growth* yang tinggi dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar yang secara langsung menaikkan nilai perusahaan (Safrida, 2008).

Menurut Kesuma (2009:41), pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Pihak manajemen perlu mempertimbangkan sumber pendanaan yang tepat bagi pembelanjaan aset tersebut.

Menurut Weston dan Brigham (2004:22). Suatu perusahaan yang berada dalam industri yang mempunyai laju pertumbuhan yang tinggi, harus menyediakan modal yang cukup untuk membelanjai perusahaan. Perusahaan yang bertumbuh pesat cenderung mampu membagikan dividen yang lebih tinggi.

Horne & Wachowicz (2007) mengemukakan bahwa tingkat *sales growth* adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan

penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya. *Sales growth* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

2.1.5.2 Tujuan *Sales Growth*

Perusahaan dengan *sales growth* yang semakin tinggi akan mendapatkan sejumlah manfaat sebagai berikut :

1. Meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham dan karyawannya karena perusahaan dapat mencapai keuntungan yang maksimal.
2. Meningkatkan jumlah pendanaan internal perusahaan.
3. Memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti dapat melakukan ekspansi.

2.1.5.3 Jenis-jenis *Sales Growth*

Terdapat dua jenis *Sales Growth* berdasarkan kemampuan keuangan perusahaan itu sendiri, yaitu:

1. Tingkat pertumbuhan perusahaan dengan sumber daya internal perusahaan (*internal growth rate*), Yaitu tingkat pertumbuhan maksimum yang dapat dicapai perusahaan tanpa tambahan dana eksternal. Artinya, *internal growth rate* ini hanya mengandalkan dari tambahan laba yang ditahan perusahaan.
2. Tingkat pertumbuhan berkesinambungan (*sustainable growth rate*), Yaitu tingkat pertumbuhan maksimum yang mana tingkatan tersebut dapat dicapai suatu perusahaan tanpa harus melakukan pembiayaan modal namun dengan melakukan pemeliharaan terhadap perbandingan antara hutang dengan modal (*debt to equity ratio*).

Berikut beberapa penelitian terdahulu mengenai nilai perusahaan pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1	Lita Elisabeth Salempang, Julie Sondakh & Rusdy Pusung (2016)	Pengaruh Return On Asset, Debt To Equity dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Real Estate dan Property Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2014	<ul style="list-style-type: none"> • DER berpengaruh terhadap nilai perusahaan • ROA dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	I Nyoman Agus Suwardika & I Ketut Mustanda (2017)	Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti	<ul style="list-style-type: none"> • Leverage, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. • Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3	Isabella Permata Dhani (2017)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Irma Desmi Awulle, Sri Murni & Christy N. Rondonuwu (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan <i>Food And Beverage</i> Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas, Leverage dan Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. • Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
5	Sandy Sony Lumalan (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI)	Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
6	Mukmin Pohan, Maya Sari, Adi Munasib, Radiman (2020)	Determinan Struktur Modal dan Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas, Kepemilikan institusi dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal • Pertumbuhan perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur moda
7	Ridho Ramadhani, Akmal dan M.Kuswantoro (2018)	Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan kebijakan Dividen Sebagai Variable Intervening	<ul style="list-style-type: none"> • Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

8	Claudia Meygriza Dolontelide dan Anneke Wangkar (2019)	Pengaruh Sales Growth dan Firm Size terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Sales Growth berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
9	Elyda Crisna Tamba, Riva Novia Ginting, Lasmian Pandiangan dan wilsa Road Betterment Sitepu	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan , Profitabilita., Liuiditas dan kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di BEI	<ul style="list-style-type: none"> • Pertubumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
10	Risna Herlista, Buntoro Heri Prasetyo dan Asep Alipudin	The effect of sales growth and profitability on company value in plastic and packaging sub-sector companies registered in 25ublic25ia stock exchange 2014-2019 period	<ul style="list-style-type: none"> • Sales Growth tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

2.2 Kerangka Konseptual

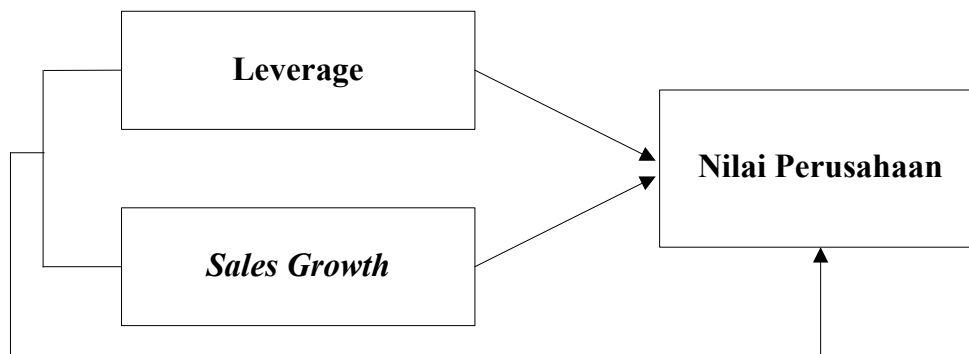
2.2.1 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Sebuah perusahaan dikatakan tidak solvabel apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total yang dimiliki perusahaan. Dengan semakin tingginya rasio *leverage* menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur (Mamduh dan Halim, 2007). Hal tersebut akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leverage* nya tinggi karena semakin tinggi rasio *leveragenya* semakin tinggi pula resiko investasinya (Weston dan Copeland, 2010). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, Akhmadi & Kuswanto (2018) Dewi & Abundanti (2019) dan Lumalan (2019) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sharon, Murni & Trang (2015) mengindikasikan bahwa semakin tinggi angka *sales growth*, maka perusahaan mengalami *sales growth* yang bagus. *Sales growth* mempunyai pengaruh di dalam meningkatkan nilai perusahaan. *Sales growth* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik di masa depan sehingga perusahaan memiliki kemampuan dalam memberikan keuntungan yang tinggi kepada investor. Dimana hal ini akan direspon positif oleh investor dan meningkatkan harga saham dari perusahaan yang selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Sharon dkk, 2015).

Maka, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan,
2. *Sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan,
3. Leverage dan *sales growth* berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2014) asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan menggunakan metode penelitian asosiatif akan diketahui pengaruh leverage dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk bagaimana suatu variabel diukur atau mempermudah pemahaman dalam membahas suatu penelitian. Sesuai dengan judul penelitian maka terdapat tiga variabel penelitian. Maka variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah variable independent (bebas) dan variable dependent (terikat). Adapun variabel tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sujoko & Soebiantoro, 2007)	Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio <i>Price too Book Value</i> (PBV). $PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Book Value}}$	Skala rasio

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah sekumpulan yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Menurut Juliandi (2014) populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam wilayah penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 yang berjumlah 13 perusahaan.

Tabel 3. 3 Populasi Perusahaan Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ASII	PT Astra International, Tbk
2	AUTO	PT Astra Otoparts, Tbk
3	BOLT	PT Garuda Metalindo, Tbk
4	BRAM	PT Branta Mulia, Tbk
5	GDYR	PT Goodyear Indonesia, Tbk
6	GTJL	PT Gajah Tunggal, Tbk
7	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional, Tbk
8	INDS	PT Indospring, Tbk
9	LPIN	PT Lippo Enterprises, Tbk
10	MASA	PT Multistrada Arah Sarana, Tbk
11	NIPS	PT Nipress, Tbk
12	PRAS	PT Prima Alloy Steel Universal, Tbk
13	SMSM	PT Selamat Sempurna, Tbk

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dapat diambil dengan cara-cara tertentu. Jelas dan lengkap yang dianggap bisa memiliki populasi. Dalam penelitian sampel yang digunakan dipenelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik penarikan purposive sampling. Yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu dengan tujuan agar diperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Penulis memilih sampel yang berdasarkan

penelitian terhadap karakteristik sampel yang disesuaikan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
2. Perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang tidak menggunakan mata uang Rupiah dalam laporan tahunan 2016-2020.
3. Perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang tidak lengkap menyampaikan laporan annual reportnya ke publik dalam tahun 2016-2020.

Tabel 3. 4 Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.	13
2	Perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang tidak menggunakan mata uang Rupiah dalam laporan tahunan 2016-2020.	(3)
3	Perusahaan sub sektor otomotif dan komponennya yang tidak lengkap menyampaikan laporan annual reportnya ke publik dalam tahun 2016-2019.	(2)
Jumlah Sampel		8
Jumlah Observasi (8 x 5 tahun)		40

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara (Sugiyono, 2016, hal.225). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik dokumentasi. Peneliti mencari data melalui laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam pemilihan sampel. Pada penelitian ini data diperoleh dengan cara melihat perusahaan perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020. Data sekunder ini diperoleh melalui website www.idx.co.id.

3.6 Teknis Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu *software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) Versi 25. Data penelitian merupakan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Penelitian ini bertujuan melihat pengaruh hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Statistik untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan rumus:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Ketereangan :

- Y = Nilai Perusahaan
- α = Konstanta persamaan regresi
- $b_1 b_2$ = Koefisien regresi
- X1 = Leverage
- X2 = *Sales Growth*
- e = Standar error

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Dalam uji statistik deskriptif menghasilkan deskripsi dari data yang digunakan, sehingga menjadikan informasi lebih jelas dan lebih mudah untuk dipahami. Statistik deskriptif dapat dilihat dari rata – rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum (Ghozali, 2016). Statistik deskriptif dapat menjelaskan variabel – variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang terbaik, jika model adalah model

yang baik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Uji normalitas di uji dengan menggunakan uji kolmogorow smirnov yaitu jika nilai hasil nilai sig $> 0,05$ maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal. Sedangkan melalui pola penyebaran p-plot yakni jika pola penyebaran mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Menurut Ghozali (2016, hal. 103), Uji multikolinieritas dapat dilihat dari: nilai Tolerance dan lawannya, dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance $>$ dari 0,1 atau nilai VIF $<$ dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada data yang akan diolah.

3.6.2.3 Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan lain. Metode informasi dalam pengujian heterokedastisitas yaitu metode scatterplot. Dasar pengambilan keputusan menurut Juliandi (2015) adalah :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, sertatitik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6.2.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) : “Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya)”. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Untuk menguji keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji statistic Durbin-Watson. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin-Watson (D-W). Kriteria pengujiannya adalah:

1. Jika nilai D-W dibawah -2 , berarti ada autokorelasi positif.
2. Jika nilai D-W diantara -2 sampai $+2$, berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika nilai D-W diatas $+2$, berarti ada autokorelasi positif atau negative

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis diperoleh dengan memprediksi penelitian terdahulu sebagai referensi dalam pembuktian uji hipotesis berguna untuk mengetahui apakah secara parsial atau

simultan memiliki hubungan antara X_1, X_2 berpenaruh terhadap Y ada dua jenis koefisien yang dapat dilakukan yaitu dengan uji t dan uji f .

3.6.3.1 Uji t (parsial)

Uji statistik t pada dasarnya dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Uji t juga menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji t dilakukan dengan menggunakan tingkat keyakinan (significan level) di table koefisien hasil regresi statistik. Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari sig.0,05, maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas lebih besar dari sig 0,05, maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.3.2 Uji F (simultan)

Uji F -statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Signifikan model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan jika nilai sig diatas 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R-Square) digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis statistik yang menggunakan persamaan analisis regresi linier berganda. Pengolahan data dimulai dengan menggunakan Microsoft Excel dan selanjutnya menggunakan software SPSS versi 25.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, berikut ini daftar perusahaan yang memenuhi kriteria dan dapat dijadikan sampel penelitian dan diamati selama periode 2016 - 2020.

Tabel 4. 1 Sampel Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ASII	PT Astra International Tbk
2	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
3	BOLT	PT Garuda Metalindo Tbk
4	GTJL	PT Gajah Tunggal Tbk
5	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk
6	INDS	PT Indospring Tbk
7	PRAS	PT Prima Alloy Steel Universal Tbk
8	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk

Sumber : Olahan Peneliti (2022)

4.1.1 Leverage (X1)

Adapun data Leverage Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Data Leverage

No.	Kode Perusahaan	Tahun				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	ASII	0,872	0,891	0,977	0,885	0,730
2	AUTO	0,387	0,401	0,411	0,375	0,447
3	BOLT	0,152	0,650	0,778	0,663	0,599
4	GJTL	2,197	2,197	2,355	2,024	1,594
5	IMAS	2,820	2,381	3,024	3,751	2,807
6	INDS	0,198	0,135	0,131	0,102	0,102
7	PRAS	1,304	1,280	1,377	1,566	2,210
8	SMSM	0,427	0,337	0,303	0,272	0,275

4.1.2 Sales Growth (X2)

Adapun data *Sales Growth* Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Data Sales Growth

No.	Kode Perusahaan	Tahun				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	ASII	-0,017	0,138	0,161	-0,009	-0,262
2	AUTO	0,092	0,058	0,133	0,006	-0,232
3	BOLT	0,224	-0,003	0,133	0,017	-0,346
4	GJTL	0,051	0,038	0,085	0,038	-0,157
5	IMAS	-0,014	0,141	0,285	-0,129	-0,222
6	INDS	-0,169	0,021	0,164	0,041	-0,182
7	PRAS	-0,219	-0,050	0,650	-0,408	-0,118
8	SMSM	0,027	0,160	0,178	0,001	-0,178

4.1.3 Nilai Perusahaan (Y)

Adapun data Nilai Perusahaan Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Data Nilai Perusahaan

No.	Kode Perusahaan	Tahun				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	ASII	2,395	2,149	1,939	1,507	1,248
2	AUTO	0,938	0,918	0,650	0,528	0,477
3	BOLT	2,317	3,252	3,080	2,618	2,645
4	GJTL	0,638	0,426	0,371	0,324	0,333

5	IMAS	0,540	0,253	0,580	0,332	0,330
6	INDS	0,257	0,427	0,673	0,561	0,512
7	PRAS	0,172	0,230	0,186	0,148	0,165
8	SMSM	3,572	3,969	3,736	3,395	3,011

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran data melalui nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Variabel penelitian ini terdiri dari leverage dan *Sales Growth* sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Hasil pengujian statistik deskriptif disajikan pada Tabel dibawah ini :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Leverage	40	,10	3,75	1,1097	,97396
Sales Growth	40	-,41	,65	,0032	,19103
Nilai Perusahaan	40	,15	3,97	1,2951	1,23150
Valid N (listwise)	40				

Sumber : *Output SPSS 25, 2022*

Dari tabel 4.2. dapat dijelaskan bebrapa hal sebagai berikut:

1. Variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum 0,15 dan nilai maksimum 3,97 dengan nilai rata-rata sebesar 1,2951 serta standar deviasi 1,23150.
2. Variabel Leverage memiliki nilai minimum 0,10 dan nilai maksimum 3,75 dengan nilai rata-rata sebesar 1,1097 serta standar deviasi 0,97396.
3. Variabel *Sales Growth* yang diukur menggunakan memiliki nilai minimum - 0,41 dan nilai maksimum 0,65 dengan nilai rata-rata sebesar 0,0032 serta standar deviasi 0, 19103.

4.2.2 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda pada penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara leverage dan *Sales Growth* sebagai variabel independen dengan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Hasil uji regresi linier berganda disajikan pada Tabel dibawah ini :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,945	,267		7,276	,000
	Leverage	-,588	,182	-,465	-3,230	,003
	Sales Growth	,785	,928	,122	,845	,403

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : *Output SPSS 25, 2022*

Hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.3 membentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$\text{LnFEEAU} = 1,945 + -0,588 \text{ LEVERAGE} + 0,785 \text{ Sales Growth} + e$$

Persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta (constant) bernilai 1,945. Artinya apabila Leverage dan *Sales Growth* bernilai 0 maka nilai Y sebesar 1,945.
2. Nilai koefisien regresi variabel Leverage sebesar -0,588 bermakna apabila terjadi kenaikan Leverage sebesar 1 satuan maka akan penurunan.
3. Koefisien regresi variabel *Sales Growth* sebesar 0,785 menyatakan bahwa apabila variabel *Sales Growth* ditingkatkan sebesar 1 satuan (dengan asumsi variabel independen lain konstan), maka Y akan meningkat sebesar 0,785 satuan atau sebesar 78,5%.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan best linier unbiased estimator, yaitu nilai estimasi yang terbaik, linier dan tidak bersifat bias. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi :

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Salah satu syarat model regresi yang baik adalah data yang akan diuji terdistribusi secara normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, dengan ketentuan apabila tingkat signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 maka data berdistribusi normal. Sedangkan apabila tingkat signifikansi kurang dari 5% atau 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* disajikan pada Tabel dibawah dibawah ini :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,07816268
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,106
	Negative	-,090
Test Statistic		,106
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

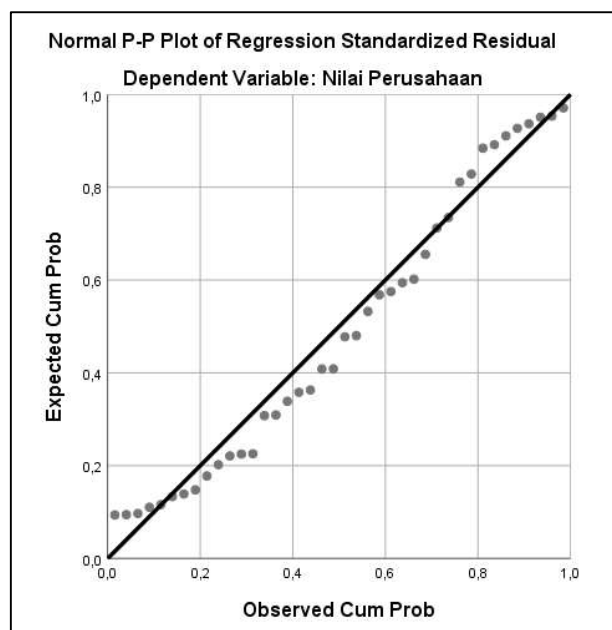
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : *Output SPSS 25, 2022*

Tabel diatas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat sebagai data yang terdistribusi secara normal. Hal ini dapat dilihat pada nilai Asymp Sign. (2-tailed) untuk unstandardized residual sebesar 0,200 dimana lebih besar dari nilai signifikansi yang disyaratkan yaitu 0,05. Hal ini berarti uji normalitas terpenuhi.

Hasil uji normalitas juga dapat dilihat pada grafik Normal Probability Plot pada gambar dibawah berikut ini:



Gambar 4. 1 Uji Normalitas dengan Pendekatan *Normal Probability Plot*

Uji Normalitas *Normal Probability Plot* bertujuan untuk membandingkan data distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data distribusi normal.

Berdasarkan grafik pada gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi secara normal karena distribusi residualnya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi atau tidak pada variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya maka dapat dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dengan ketentuan apabila nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel dibawah berikut ini

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Leverage	1,000	1,000
	Sales Growth	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

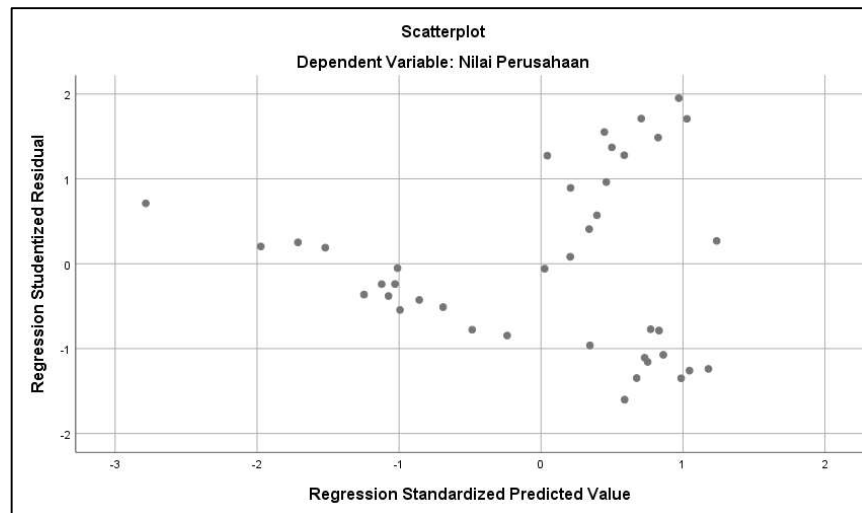
Sumber : *Output SPSS 25, 2022*

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa pada data penelitian yang digunakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai tolerance keseluruhan variabel independen yaitu lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya

pola tertentu pada grafik scatter plot antara SRESID pada sumbu Y dan ZPRED pada sumbu X. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami heteroskedastisitas dikarenakan titik-titik pada scatter plot tidak membentuk pola yang begitu jelas, serta titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

4.2.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan guna mengetahui apakah pada model regresi linier berganda terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji durbin watson yang akan menghasilkan nilai DW hitung (d) dan nilai DW tabel (d_L dan d_U). Hasil uji autokorelasi disajikan pada tabel dibawah berikut ini :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,483 ^a	,234	,192	1,10692	,404

a. Predictors: (Constant), Sales Growth, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : *Output SPSS 25, 2022*

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai DW yang diperoleh yaitu sebesar 0,404. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan tingkat signifikansi 5% dengan jumlah sampel sebanyak 40 dan jumlah variabel independen sebanyak 3(k). Pengambilan keputusan terkait tidak adanya autokorelasi yaitu pada saat nilai DW hitung (d) lebih besar dari nilai dU dan kurang dari 4-Du. Diperoleh nilai DW (d) hitung sebesar 0,404 dan pada tabel Durbin Watson menunjukkan nilai **dL 1,6217** dan nilai **dU 1,7402**. Maka dari itu dapat diambil keputusan bahwa tidak terjadi autokorelasi dikarenakan syarat terpenuhi dimana $dU < d(\text{hitung}) < 4-dU$ atau $1,7402 < 2,2598$.

4.2.4 Uji Hipotesis

4.2.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui secara parsial apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji parsial menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dimana variabel independen dianggap berpengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 5% atau 0,05. Hasil uji-t disajikan pada tabel di bawah ini Untuk mencari nilai t tabel digunakan rumus berikut :

$$(a/2) : (n-k-1)$$

Keterangan:

a : nilai signifikansi 0,05

n : unit analisis

k : jumlah variabel independen atau dapat ditulis sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= (0,05/2) ; (40-3-1) \\ &= (0,025 ; 36) \\ &= 2.02809 \end{aligned}$$

Tabel 4. 10 Hasil Uji-t

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Model						
1	(Constant)	1,945	,267		7,276	,000
	Leverage	-,588	,182	-,465	-3,230	,003
	Sales Growth	,785	,928	,122	,845	,403

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : *Output SPSS 25, 2022*

Dari tabel 4.7 di atas, maka kesimpulan hasil Uji-t adalah sebagai berikut :

1. Variabel Leverage (X1) Diketahui memiliki nilai Sig. $0,003 < 0,05$ dan nilai $t \text{ hitung} = -3,230 < t \text{ tabel} = 2,03$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Variabel *Sales Growth* (X2) Diketahui memiliki nilai Sig. $0,403 > 0,05$ dan nilai $t \text{ hitung} = 0,845 < t \text{ tabel} = 2,02$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

4.2.6.2 Uji Simultan (F)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel dependen secara bersamaan terhadap variabel independen. Hasil uji F disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 11 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,813	2	6,906	5,637	,007 ^b
	Residual	45,335	37	1,225		
	Total	59,148	39			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Sales Growth, Leverage

Sumber : *Output SPSS 25, 2022*

Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 5,637 dan nilai Sig. 0,07, Sehingga dapat disimpulkan bahwa Leverage dan *Sales Growth* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

4.2.5 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien R square digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai 1. Apabila R² mendekati 1, artinya variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan memberikan pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,483 ^a	,234	,192	1,10692

a. Predictors: (Constant), Sales Growth, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : *Output SPSS 25, 2022*

Tabel diatas menunjukkan nilai Adjust R Square sebesar 0,234 atau 23,4%. Hal ini menunjukkan bahwa 23,4% dari variabel Nilai Perusahaan sudah dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini yaitu Leverage dan *Sales Growth*. Sedangkan sisanya sebesar 0,766 atau 76,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

4.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.6.1 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian secara parsial variabel Leverage diketahui memiliki nilai Sig. $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung = $-3,230 < t$ tabel = $2,03$ sehingga dapat dinyatakan bahwa Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abudanti (2014) dan Adyatmika (2017) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Angka leverage menunjukkan negatif dan signifikan sehingga leverage dapat menurunkan nilai perusahaan. Penggunaan leverage yang lebih besar dapat meningkatkan jumlah beban dan risiko yang harus ditanggung oleh perusahaan. Dengan kata lain ketika leverage mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan menurun. Berdasarkan teori trade off, dengan asumsi titik target struktur modal optimal tercapai maka penggunaan hutang (leverage) menurunkan nilai perusahaan. Hutang akan menambahkan beban tetap tanpa memperdulikan besarnya pendapatan. Semakin besar hutang semakin tinggi tingkat probabilitas kebangkrutan karena perusahaan tidak dapat membayar bunga dan pokoknya. Pihak manajemen harus memperhatikan penggunaan hutang, karena banyaknya hutang bisa menurunkan nilai perusahaan. Dengan tingginya rasio leverage menunjukkan perusahaan tidak solvable, ini menunjukkan respon negatif terhadap investor maka nilai perusahaan menurun. Hasil penelitian ini didukung oleh Fama (1978) dan Cortez & Stevie (2012).

Sebuah perusahaan dikatakan tidak solvabel apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total yang dimiliki perusahaan. Dengan semakin tingginya rasio *leverage* menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur (Mamduh dan Halim, 2007). Hal tersebut akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leverage* nya tinggi karena semakin tinggi rasio *leveragenya* semakin tinggi pula resiko investasinya (Weston dan Copeland, 2010)

4.2.6.2 Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian secara parsial variabel *Sales Growth* diketahui memiliki nilai Sig. $0,403 > 0,05$ dan nilai t hitung = $0,845 < t$ tabel = $2,02$ sehingga dapat dinyatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Dalam teori signal menyatakan tindakan yang diambil perusahaan dapat memberikan petunjuk bagaimana para investor memandang prospek perusahaan di masa mendatang. Signal tersebut dapat memberikan informasi yang menyatakan perusahaan tersebut dapat lebih baik daripada perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan lebih profitable dan hal ini merupakan signal positif bagi investor.

Hal ini sejalan dengan Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aditama (2015) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sales growth yang diukur dengan rasio pertumbuhan dan nilai perusahaan yang diukur dengan price to book value (PBV) memiliki hubungan yang searah yang artinya bahwa setiap bertambahnya nilai pada rasio pertumbuhan akan menambah nilai perusahaan (PBV).

4.2.6.3 Pengaruh Leverage dan *Sales Growth* Terhadap Nilai

Perusahaan

Dari pengujian secara simultan atau bersama-sama menunjukkan nilai F hitung sebesar 5,637 dan nilai Sig. 0,07, Sehingga dapat disimpulkan bahwa Leverage dan *Sales Growth* berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Sebuah perusahaan dikatakan tidak solvabel apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total yang dimiliki perusahaan. Dengan semakin tingginya rasio *leverage* menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur (Mamduh dan Halim, 2007). Hal tersebut akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leverage* nya tinggi karena semakin tinggi rasio *leveragenya* semakin tinggi pula resiko investasinya (Weston dan Copeland, 2010).

Dalam teori signal menyatakan tindakan yang diambil perusahaan dapat memberikan petunjuk bagaimana para investor memandang prospek perusahaan di masa mendatang. Signal tersebut dapat memberikan informasi yang menyatakan perusahaan tersebut dapat lebih baik daripada perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi akan lebih profitable dan hal ini merupakan signal positif bagi investor.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponennya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020.
2. *Sales Growth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponennya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020.
3. Leverage dan *Sales Growth* berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponennya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dapat menjadi pertimbangan pihak manajemen dalam mengambil keputusan.

2. Pada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variasi variabel lain yang diperkirakan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan seperti, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan lainnya.
3. Untuk penelitian selanjutnya mengenai topik ini diharapkan dapat menggunakan penelitian jangka panjang (longitudinal) agar lebih mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dengan adanya unit analisis yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2020). Pengaruh Likuiditas dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Makanan dan Minuman. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 20(1). 16-22
- Adyatmika, I, G, P. (2017). Pengaruh Inflasi dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Tesis. Universitas Udayana.
- Ammy, B, & Ramadhan, P, R. (2021). Determinan Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1). 103-110
- Barus, A. C., & Leliani. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 3(2). 111-121
- Brigham & Houston. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham & Houston. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cristiawan, Y, J., & Josua, T. (2007). Kepemilikan Manajerial : Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1). 1-8
- Detiana, T. (2011). Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13(1). 57-66
- 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). 3039-3048
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo & Basri. (2014). *Manajemen Keuangan*. BPFE.
- Hanum, Z. (2009). Pengaruh Hutang Terhadap Laba Usaha Pada Pusat Penelitian Karet Tanjung Morawa Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Kultura*, 1(1), 1-9
- Harahap, S. S. (2011). *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada..

- Husnan. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Horne, V., & Wachowicz. (2007). *Fundamentals of Financial Management, Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Umsu Press.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana Prenada Media Group.
- Kusumajaya, D. K. (2011). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Universitas Udayana*.
- Muvidha & Suryono. (2017). Pengaruh Sturuktur Kepemilikan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akutansi*, 6(5), 1814–1835.
- Nurwani. M. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 19(2), 221-228
- Novari., P. M., & Lestari, P, V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9). 5671-5694
- Poernawarman. (2015). Pengaruh Return On Asset, Sales Growth, Asset Growth, Cash Flow, Dan Likuiditas Terhadap Dividend Payout Ratio Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 – 2013. *Jom FEKON*, 2(1), 1-14
- Pohan, M., Sari, M., Munasib, A., & Radiman. (2020). Determinan Struktur Modal dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(2). 105-122
- Safrida, E. (2008). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Universitas Sumatera Utara*.
- Sharon., Murni., & Trang. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat Di Indeks LQ 45. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1). 961-971
- Salvatore, D. (2005). *Ekonomi Manajerial*. Salemba Empat.
- Sari, D. V. (2013) Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Asset, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan

Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.

Sari, P. I. P., & Abundanti, N. (2014). *Pengaruh pertumbuhan perusahaan dan leverage terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.

Sutrisno. (2001). *Manajemen Keuangan (Teori, Konsep, dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Ekonisia.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Sampel Perusahaan Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ASII	PT Astra International Tbk
2	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
3	BOLT	PT Garuda Metalindo Tbk
4	GTJL	PT Gajah Tunggal Tbk
5	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk
6	INDS	PT Indospring Tbk
7	PRAS	PT Prima Alloy Steel Universal Tbk
8	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk

Lampiran 2. Data Leverage Perusahaan Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Tahun				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	ASII	0,872	0,891	0,977	0,885	0,730
2	AUTO	0,387	0,401	0,411	0,375	0,447
3	BOLT	0,152	0,650	0,778	0,663	0,599
4	GJTL	2,197	2,197	2,355	2,024	1,594
5	IMAS	2,820	2,381	3,024	3,751	2,807
6	INDS	0,198	0,135	0,131	0,102	0,102
7	PRAS	1,304	1,280	1,377	1,566	2,210
8	SMSM	0,427	0,337	0,303	0,272	0,275

Lampiran 3. Data Sales Growth Perusahaan Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Tahun				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	ASII	-0,017	0,138	0,161	-0,009	-0,262
2	AUTO	0,092	0,058	0,133	0,006	-0,232
3	BOLT	0,224	-0,003	0,133	0,017	-0,346
4	GJTL	0,051	0,038	0,085	0,038	-0,157
5	IMAS	-0,014	0,141	0,285	-0,129	-0,222
6	INDS	-0,169	0,021	0,164	0,041	-0,182
7	PRAS	-0,219	-0,050	0,650	-0,408	-0,118
8	SMSM	0,027	0,160	0,178	0,001	-0,178

Lampiran 4. Data Nilai Perusahaan

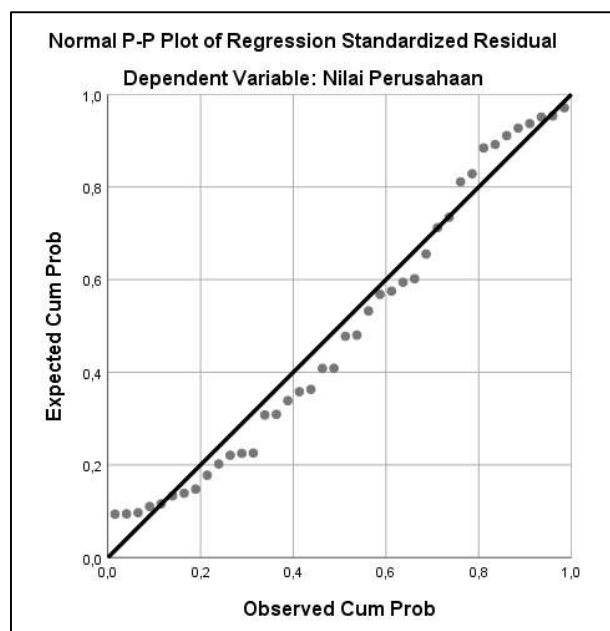
No.	Kode Perusahaan	Tahun				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	ASII	2,395	2,149	1,939	1,507	1,248
2	AUTO	0,938	0,918	0,650	0,528	0,477
3	BOLT	2,317	3,252	3,080	2,618	2,645
4	GJTL	0,638	0,426	0,371	0,324	0,333
5	IMAS	0,540	0,253	0,580	0,332	0,330
6	INDS	0,257	0,427	0,673	0,561	0,512
7	PRAS	0,172	0,230	0,186	0,148	0,165
8	SMSM	3,572	3,969	3,736	3,395	3,011

Lampiran 5. Hasil Ouput SPSS

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Leverage	40	,10	3,75	1,1097	,97396
Sales Growth	40	-,41	,65	,0032	,19103
Nilai Perusahaan	40	,15	3,97	1,2951	1,23150
Valid N (listwise)	40				

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,07816268
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,106
	Negative	-,090
Test Statistic		,106
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

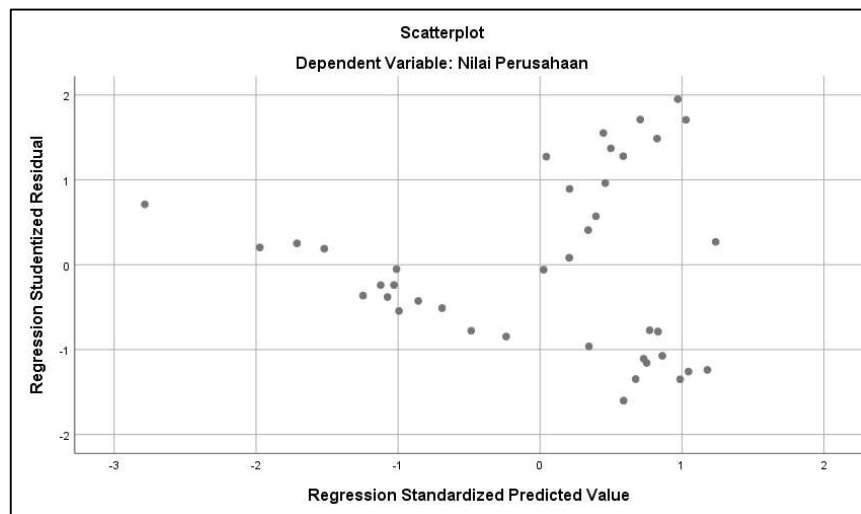
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.



Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Leverage	1,000	1,000
	Sales Growth	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,483 ^a	,234	,192	1,10692	,404

a. Predictors: (Constant), Sales Growth, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1,945	,267		7,276	,000
	Leverage	-,588	,182	-,465	-3,230	,003
	Sales Growth	,785	,928	,122	,845	,403

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,813	2	6,906	5,637	,007 ^b
	Residual	45,335	37	1,225		
	Total	59,148	39			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Sales Growth, Leverage

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,483 ^a	,234	,192	1,10692

a. Predictors: (Constant), Sales Growth, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

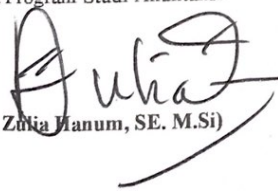
Nomor Agenda: 2603/JDL/SKR/AKT/FEB/UMSU/14/2/2022

Nama Mahasiswa : Ageng ella syari
NPM : 1805170106
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Manajemen
Tanggal Pengajuan Judul : 14/2/2022
Nama Dosen pembimbing*) : Seprida Hanum Harahap, SE., SS., M.Si (04 Maret 2022)

Judul Disetujui**)

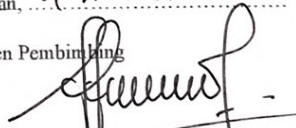
Pengaruh Leverage dan Sales growth terhadap
Nilai Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan
komponennya yang terdaftar di
Bursa Efek Indonesia

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Akuntansi


(DR. Zulia Hanum, SE. M.Si)

Medan, 4 maret 2022

Dosen Pembimbing


Seprida Hanum Harahap, SE, SS, M.Si

Keterangan

*) Diisi oleh Pimpinan Program Studi

**) Diisi oleh Dosen Pembimbing

Setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen pembimbing, scan/foto dan uploadlah lembaran ke-2 ini pada form online "Upload Pengesahan Judul Skripsi"



UMSU

pt | Cerdas | Terpercaya

Persembahkan surat ini agar disebutkan
dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

feb@umsu.ac.id

[f umsumedan](#)

[i umsumedan](#)

[t umsumedan](#)

[u umsumedan](#)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

NOMOR : 1566/TGS/II.3-AU/UMSU-05/F/2022

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan
Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : Akuntansi
Pada Tanggal : 04 Maret 2022

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : Ageng Ella Syari
N P M : 1805170106
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Akuntansi
Judul Proposal / Skripsi : Pengaruh Leverage Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan
Pada Perusahaan SUB Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Dosen Pembimbing : **Seprida Hanum Harahap, SE., SS., M.Si**

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah pelaksanaan Seminar Proposal ditandai dengan Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 14 Juni 2023**

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 14 Dzulqaidah 1443 H
14 Juni 2022 M



Dekan

H. Januri., SE., MM., M.Si

NIDN : 0109086502



Tembusan :

1. Peringgal



PERMOHONAN IZIN PENELITIAN

Medan, H
..... 20.... M

Kepada Yth,
Ketua/Sekretaris Program Studi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU
Di
Medan



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : A G E N G E L L A S Y A R I

NPM : 1 8 0 5 1 7 0 1 0 6

Tempat.Tgl. Lahir : M E D A N 1 0 J U L I 2 0 0 0

Program Studi : Akuntansi /
Manajemen

Alamat Mahasiswa : J L M U S T A F A G G B E R K A T
2

Tempat Penelitian : B U R S A E F E K I N D O N E S I A

Alamat Penelitian : J L I R H J U A N D A B A R U
N O A 5 - A 6 P S M E R A H
K E C M E D A N K O T A

Memohon kepada Bapak untuk pembuatan izin Penelitian sebagai syarat untuk memperoleh data dan identifikasi masalah dari perusahaan tersebut guna pengajuan judul penelitian.

Berikut saya lampirkan syarat-syarat lain:

1. Transkrip nilai sementara
2. Kwitansi SPP tahap berjalan

Demikianlah permohonan ini saya buat dengan sebenarnya, atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih

Diketahui
Ketua/Sekretaris Program Studi

(Riva Umar SE.M.Si Ak.SA., S.PA)

Wassalam
Pemohon

(Ageng Ella Syari.....)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JMSU

Agul | Cerdas | Terpercaya

Menjawab surat, ini agar disebutkan
dan tanggalnya

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id>

feb@umsu.ac.id

[umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.linkedin.com/company/umsumedan)

[umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Nomor : 1564/II.3-AU/UMSU-05/F/2022
Lampiran :
Perihal : **Izin Riset Pendahuluan**

Medan, 14 Dzulqaidah 1443 H
14 Juni 2022 M

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
Bursa Efek Indonesia
Jln. Ir. H. Juanda No.A5-A6 Medan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di Perusahaan / Instansi yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : Ageng Ella Syari
Npm : 1805170106
Program Studi : Akuntansi
Semester : VIII (Delapan)
Judul Skripsi : Pengaruh Leverage Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan SUB Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Tembusan :
1. Pertinggal



H. Januri., SE., MM., M.Si
NIDN : 0109086502

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ageng Ella Syari

Npm : 1805170106

Jurusan : Akuntansi

Konsentrasi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa telah melakukan riset di Bursa Efek Indonesia (BEI).
Namun pihak perusahaan yang bersangkutan tidak dapat mengeluarkan izin riset sebelum menyelesaikan bab V terlebih dahulu.

Demikian surat pernyataan saya buat.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Muchtar Basri No.3 (061) 6624567 Medan 20238

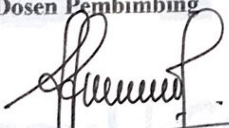
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AGENG ELLA SYARI
N P M : 1805170106
Dosen Pembimbing : Seprida Hanum Harahap, SE., SS., MSi
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : Pengaruh Leverage dan sales growth terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan SUB Sektor Otomotif dan Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

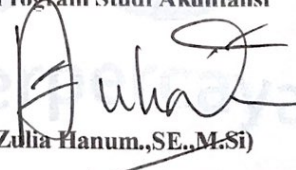
Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	perbaiki latar belakang masalah 'identifikasi' masalah. Rumusan masalah	1/6/2022	Sh
Bab 2	tambahkan teori, kerangka konsep tual, penelitian terdahulu	3/6/2022	Sh
Bab 3	perbaiki Teknik analisa data, kriteria penentuan sampel		Sh
Daftar Pustaka	perbaiki daftar pustaka,	7/6/2022	Sh
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	lengkapi data, cek kembali data		Sh
Persetujuan Seminar Proposal	Selesai bimbingan Ace, seminar	14/6/2022	Sh

Dosen Pembimbing


(Seprida Hanum
Harahap, SE., SS., M.Si)

Medan, 2022

Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Akuntansi


(Dr. Zulia Hanum., SE., M.Si)



BERITA ACARA SEMINAR PROGRAM STUDI AKUNTANSI

Pada hari ini *Kamis, 23 Juni 2022* telah diselenggarakan seminar Program Studi Akuntansi menerangkan bahwa :

Nama : *Ageng Ella Syari*
 NPM. : 1805170106
 Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 10 Juli 2000
 Alamat Rumah : Jln. Mustafa Gg. Berkat 2 No.9 Medan
 Judul Proposal : Pengaruh Leverage dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan SUB sektor Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul
Bab I	<i>latihan belakang masalah, dan lain-lain.</i>
Bab II	<i>keni ditambahkan</i>
Bab III	<i>diperbaiki</i>
Lainnya	<i>systematika penulisan dan Daftar Pustaka. 5 jurnal / Desen Alot... Umu...</i>
Kesimpulan	Perbaikan Minor Seminar Ulang <u>Perbaikan Mayor</u>

Medan, 23 Juni 2022

TIM SEMINAR

Ketua

Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, SE., M.Si

Sekretaris

Riva Ubar Harahap, SE., Ak., M.Si., CA., CPA

Pembimbing

Seprida Hanum Harahap, SE., SS., M.Si

Pemanding

Henny Zurika Lubis, SE., M.Si



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Akuntansi yang diselenggarakan pada hari *Kamis, 23 Juni 2022* menerangkan bahwa:

Nama : Ageng Ella Syari
NPM : 1805170106
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 10 Juli 2000
Alamat Rumah : Jln. Mustafa Gg. Berkat 2 No.9 Medan
Judul Proposal : Pengaruh Leverage dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan SUB sektor Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Sekripsi dengan pembimbing : *Seprida Hanum Harap, SE, SS, M.Si*

Medan, 23 Juni 2022

TIM SEMINAR

Ketua

Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, SE., M.Si

Sekretaris

Riva Ubar Harahap, SE., Ak., M.Si., CA., CPA

Pembimbing

Seprida Hanum Harahap, SE., SS., M.Si

Pemanding

Henny Zurika Lubis, SE., M.Si

Diketahui / Disetujui
a.n.Dekan
Wakil Dekan I

Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, SE, M.Si
NIDN : 0105087601



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Agar memperoleh surat ini agar diselesaikan
cepat dan langganinya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Nomor : 2530/II.3-AU/UMSU-05/F/2022
Lamp. : -
Hal : **Menyelesaikan Riset**

Medan, 28 Muharram 1444 H
26 Agustus 2022 M

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu Pimpinan
Bursa Efek Indonesia
Jln. Juanda No. A5-A6 Medan Sumatera Utara
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa/i kami akan menyelesaikan studinya, mohon kesediaan bapak/ibu untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di perusahaan/instansi yang bapak/ibu pimpin, guna untuk *melanjutkan Penyusunan / Penulisan Skripsi pada Bab IV – V*, dan setelah itu mahasiswa yang bersangkutan mendapatkan surat keterangan telah selesai riset dari perusahaan yang bapak/ibu pimpin, yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian program studi **Strata Satu (S1)** di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : Ageng Ella Syari
N P M : 1805170106
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Leverage Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan SUB Sektor Otomotif dan Komponennya Yang Teraftar di Bursa Efek Indonesia

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, Kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Tembusan :
1. Peninggal

Dekan

H. Januri, SE., MM., M.Si
NIDN : 0109086502



FORMULIR KETERANGAN

Nomor : Form-Riset-00656/BEI.PSR/08-2022
Tanggal : 25 Agustus 2022

Kepada Yth. : H. Januri, SE., MM., M.Si
Dekan
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Alamat : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3
Medan

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ageng Ella Syari
NIM : 1805170106
Jurusan : Akuntansi

Telah menggunakan data data yang tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk penyusunan skripsi dengan judul “ **Pengaruh Leverage Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan SUB Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia** ”

Selanjutnya mohon untuk mengirimkan 1 (satu) copy skripsi tersebut sebagai bukti bagi kami dan untuk melengkapi Referensi Penelitian di Pasar Modal Indonesia.

Hormat kami,



Indonesia Stock Exchange
Bursa Efek Indonesia

M. Pintor Nasution
Kepala Kantor

BIODATA PENELITI**1. Data Diri**

Nama : Ageng Ella Syari
NPM : 1805170106
Tempat Tanggal Lahir : Medan, 10 Juli 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak ke : 4 dari 5 bersaudara
Alamat : Jalan Mustafa, Gg. Berkat 2 No. 9
No. Telepon : 0853 7099 4389
Email : ageng.ellasyari2019@gmail.com

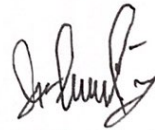
2. Data Orang Tua

Nama Ayah : H. Syarifuddin
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Nurlela
Pekerjaan : -
Alamat : Tanjung Beringin, Desa Hinai Kanan -
Langkat
No. Telepon : 0822 7432 2160
Email : -

3. Data Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SD Swasta Samanhudi
Sekolah Menengah Pertama : SMP Swasta Galih Agung
Sekolah Menengah Atas : SMA Swasta Galih Agung
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, September 2022



Ageng Ella Syari
NPM. 1805170106