

PENGARUH *EARNING PER SHARE* DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2022

Suliana Facey^{*1}, Azaluddin²

³Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Buton, Baubau, Indonesia

e-mail: sulisfacey75@gmail.com,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *earning per share* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Pada penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode analisis deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi dan studi kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial (1) *earningpershare* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji parsial yaitu dengan nilai 0,002 lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Nilai koefisien regresi yang dihasilkan bertanda positif yaitu 0,210; (2) pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji parsial (uji-t) yaitu dengan nilai 0,933 lebih besar dibandingkan dengan 0,05; dan (3) *Earning per share* dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji simultan yaitu dengan nilai 0,006 lebih kecil dibandingkan dengan 0,05.

Kata Kunci: *Earning Per Share*, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of earnings per share and sales growth on company value in pharmaceutical sub-sector companies on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2022. In this research, the method used is quantitative descriptive analysis method. The data collection method was carried out by means of documentation and literature study. Based on the research results, it was concluded that partially (1) earnings per share have a significant effect on company value, as seen from the significance value of the partial test results, namely with a value of 0.002 which is smaller than 0.05. The resulting regression coefficient value is positive, namely 0.210; (2) sales growth has no effect on company value, as seen from the significance value of the partial test results (t-test), namely with a value of 0.933 which is greater than 0.05; and (3) Earning per share and sales growth simultaneously have a significant effect on company value, as seen from the significance value of the simultaneous test results, namely with a value of 0.006 which is smaller than 0.05.

Keywords: *Earning Per Share*, Sales Growth, Company Value

1. PENDAHULUAN

Mensejahterakan para pemegang saham adalah tujuan utama dari perusahaan yang telah *go public*. Tingginya kemakmuran pemegang saham mengikuti tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah salah satu cara investor untuk mengenali tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Tingginya harga saham membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat membuat pasar percaya akan kinerja perusahaan tersebut. Rasio yang dapat menunjukkan nilai perusahaan adalah *pricetobookvalue*. Rasio ini adalah perbandingan antara harga saham dan nilai buku perusahaan. Semakin tinggi *pricetobookvalue* menunjukkan tingkat kemakmuran investor juga semakin tinggi (Fung, 2021).

Nilai perusahaan penting karena mewakili kinerja perusahaan dan dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai pasar ekuitas suatu perusahaan ditambah nilai pasar utangnya disebut nilai perusahaan. Oleh karena itu, nilai suatu perusahaan dapat dinyatakan dengan menjumlahkan nilai total ekuitas suatu perusahaan dengan utang perusahaan tersebut. Oleh karena itu, status nilai perusahaan dapat diartikan sebagai mencirikan status suatu perusahaan, dan jika perusahaan tersebut mempunyai nilai yang baik maka calon investor akan memandang positif perusahaan tersebut (Zakiah, 2023).

Earning per share merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pendapatan untuk setiap saham yang telah beredar. Perusahaan dapat dikatakan mampu memaksimalkan nilai perusahaan jika laba per lembar saham yang dimiliki terus meningkat. Dengan earning per share yang tinggi maka menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik. Earning per share yang semakin meningkat nilai perusahaan juga semakin baik. Earning per share merupakan komponen penting pertama yang harus diperhatikan dalam analisis perusahaan. Earning per share merupakan rasio yang menunjukkan berapa besar keuntungan (return) yang diperoleh investor atau pemegang saham per lembar saham (Kasmir, 2019).

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan (*sales growth*). *Sales growth* atau pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi. *Sales growth* mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. *Sales growth* yang semakin meningkat maka akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan. *Sales growth* juga digunakan untuk meramalkan prospek perusahaan kedepannya. Semakin meningkatnya *sales growth* akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan usahanya dengan begitu maka nilai perusahaan akan meningkat (Zakiah, 2023).

1.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Menurut Kasmir (2018), *earning per share* adalah bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. *Earning per share* menunjukkan kemampuan perusahaan di dalam menghasilkan laba tiap lembar saham. Semakin tinggi nilai *earning per share* tentu saja membuat pemegang saham senang, karena semakin besar laba yang disediakan untuk pemegang saham. Sedangkan *earning per share*

yang rendah menandakan perusahaan gagal memberikan manfaat atau keuntungan kepada para pemegang saham.

Earning per share menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. *Earning per share* dapat dijadikan sebagai indikator tingkat nilai perusahaan. *Earning per share* dapat diukur dengan menggunakan rumus berikut ini (Kusumaningrum, dkk, 2022):

$$\text{Earning Per Share (EPS)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan menurut Wijaya (2017) adalah kenaikan atau penurunan jumlah angka penjualan pada satu periode pelaporan keuangan. Pertumbuhan penjualan (sales growth) mempunyai kontribusi yang bermakna dalam manajemen modal kerja. Perusahaan dapat memprediksi profit yang akan didapatkan tiap tahunnya dengan cara mengukur seberapa besar pertumbuhan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya.

Pertumbuhan penjualan dapat diukur dan dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini (Kusumaningrum, dkk, 2022):

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

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga jual dari barang tersebut ketika barang tersebut akan dijual. Nilai perusahaan pada dasarnya juga menunjukkan nilai kekayaan bersih dari pemilik perusahaan (shareholder wealth). Penciptaan nilai perusahaan dilakukan dengan cara mengelola kinerja perusahaan sedemikian rupa agar diperoleh peningkatan pendapatan dan menurunnya risiko (Sugeng, 2017).

Menurut Prihadi (2020) semua perusahaan akan berharap mendapatkan nilai perusahaan yang tinggi, nilai perusahaan yang baik menggambarkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat diukur dari nilai pasar yang ditentukan pemegang saham. Nilai perusahaan dinilai mampu dalam menggambarkan kesejahteraan pemegang saham melalui jumlah sahamnya.

Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Apabila perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan *price to book value* dari perusahaan setidaknya 1 atau di atas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka *price to book value* di bawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). *Price to book value* yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan. Berikut ini rumus *price to book value* (PBV) :

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu sebanyak 13 perusahaan yang diperoleh dari website www.idx.co.id dan www.lembarsaham.com. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan kriteria tersebut, perusahaan yang tereliminasi adalah sebanyak 5 perusahaan sehingga perusahaan yang memenuhi semua kriteria dan dijadikan sampel penelitian adalah sebanyak 8 perusahaan. Adapun perusahaan yang dimaksud dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1 Nama-Nama Perusahaan Sampel Penelitian

No	Kode	NamaPerusahaan
1	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
2	KLBF	Kalbe FarmaTbk
3	MER K	Merck Tbk
4	PEHA	Phapros Tbk
5	PYFA	Pyridam Farma Tbk
6	SCPI	Organon Pharma Indonesia Tbk
7	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
8	TSPC	Tempo Scan Pasific Tbk

Sumber: www.idx.co.id

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yakni data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder. Pada penelitian ini sumber data diperoleh dari data laporan keuangan perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan studi kepustakaan untuk mengumpulkan dan menganalisis data penelitian melalui dokumentasi laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

α : konstanta

b_1 - b_2 : parameter

X_1 : *Earning Per Share* (EPS)

X_2 : Pertumbuhan Pernjualan

ϵ : faktor kesalahan (*error random*)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif

**Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
X1_EPS	30	10.240	514.824	103.37805	101.790564
X2_Pert_Penjualan	30	-.113	1.273	.10288	.229444
Y_Nilai_Perusahaan	30	.746	8.682	2.98490	2.308915
ValidN(listwise)	30				

Sumber: Data Diolah 2024

- Earning per share (X1)* dengan sampel 30 data, memiliki nilai minimum sebesar 10,240 yaitu terdapat pada perusahaan dengan kode PYFA, sedangkan nilai maximum sebesar 514,824 juga terdapat pada perusahaan dengan kode PYFA, serta nilai mean sebesar 103,37805. Sedangkan untuk nilai standar deviasi diperoleh 101,790564.
- Pertumbuhan penjualan dengan sampel 30 data, memiliki nilai minimum sebesar -0,113 yaitu terdapat pada perusahaan dengan kode PEHA, sedangkan nilai maximum sebesar 1,273 terdapat pada perusahaan dengan kode PYFA, serta nilai mean sebesar 0,10288. Sedangkan untuk nilai standar deviasi diperoleh 0,229444.
- Nilai perusahaan dengan sampel 30 data, memiliki nilai minimum sebesar 0,746 yaitu terdapat pada perusahaan dengan kode PEHA, sedangkan nilai maximum 8,682 terdapat pada perusahaan dengan kode SIDO, serta nilai mean sebesar 2,98490. Sedangkan untuk nilai standar deviasi diperoleh 2,308915.

Analisis Regresi Lienar Berganda

**Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized CoefficientsBeta		
	B	Std.Error		t	Sig.
1	(Constant)	3.982	.432	9.223	.000
	X1_EPS	.210	.083	.562	.002
	X2_Pert_Penjualan	.105	1.237	.014	.085

a. Dependent Variable: Y_Nilai_Perusahaan

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai konstanta sebesar 3,982, nilai b_1 sebesar 0,210 dan nilai b_2 sebesar 0,105. Maka dari itu rumus analisis regresi linear berganda yang ada diatas dapat dibuat menjadi sebagai berikut:

$$Y = 3,982 + 0,210 X1 + 0,105 X2 + \epsilon$$

Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (*t-test*)

Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam menguji uji t adalah sebagai berikut:

1. Bila signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients ^B		
	B	Std. Error	eta	t	Sig.
1	(Constant)	3.982		9.223	.000
	X1_EPS	.210	.562	3.495	.002
	X2_Pert_Penjualan	.105	.014	.085	.933

a. Dependent Variable: Y_Nilai_Perusahaan

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4 di atas maka dapat dilihat bahwa: Variabel *earning per share* (X1) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,002 yaitu lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti hipotesis (H_1) diterima sehingga dapat dikatakan bahwa *earningpershare* (X1) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Nilai koefisien regresi yang bernilai positif 0,210 menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan bersifat positif terhadap variabel dependen. Variabel pertumbuhan penjualan (X2) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,933 yaitu lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti hipotesis (H_2) ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa pertumbuhan penjualan (X2) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas secara menyeluruh terhadap variabel terikat, dilakukan dengan menggunakan uji F. Uji ini menggunakan α 5%. Dengan ketentuan, jika nilai signifikansi $<$ dari 0,05 maka hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Tabel 5 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.759	2	14.380	6.296
	Residual	61.663	27	2.284	
	Total	90.422	29		.006 ^b

a. Dependent Variable: Y_Nilai_Perusahaan

b. Predictors: (Constant), X2_Pert_Penjualan, X1_EPS

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi 0,006 lebih kecil dari 0,05, yang berarti hipotesis diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa *earning per share* (X1) dan pertumbuhan penjualan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y).

c) Uji R² (Uji Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 6 Hasil Uji R² (Uji Koefisien Determinasi)

Model Summary ^b				
Model	R	RSquare	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.268	1.51123

a. Predictors: (Constant), X2_Pert_Penjualan, X1_EPS

b. Dependent Variable: Y_Nilai_Perusahaan

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,318 atau 31,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *earning per share* dan pertumbuhan penjualan sebesar 31,8%, sedangkan sisanya 68,2% dapat dijelaskan dengan variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi menghasilkan kesimpulan bahwa *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan teori, dampak positif yang dihasilkan dari nilai koefisien regresi mencerminkan bahwa perusahaan dengan *earning per share* yang besar mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sangatlah baik. Kondisi ini disebabkan karena perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang besar sehingga menarik perhatian investor dalam melakukan investasi. Banyak investor tidak menginginkan saham suatu perusahaan yang selalu stabil setiap tahun. Hal ini dikarenakan tidak akan membawa keuntungan yang besar pada investor karena harga yang selalu sama dan memperoleh keuntungan yang selalu sama. Investor mengincar harga saham yang berfluktuatif karena investor lebih tertantang untuk mengambil risiko dengan membeli sejumlah saham tersebut dengan harapan ketika harga saham tersebut melonjak tinggi, maka investor akan memperoleh keuntungan yang besar (Fung, 2021).

Selain itu, berdasarkan teori signal, perusahaan menunjukkan informasi yang menyatakan tingkat kemampuan perusahaan kepada pihak luar perusahaan sebagai sinyal untuk menarik investor. Nilai *earning per share* merupakan variabel yang penting dalam analisis yang dilakukan untuk membuat keputusan dalam membeli atau menjual saham, karenanya informasi mengenai nilai *earning per share* adalah salah satu informasi penting

yang dapat merefleksikan nilai perusahaan dan memberikan sinyal kepada investor mengenai laba per lembar saham. Perusahaan dapat mengirimkan sinyal mengenai kemampuan dan kinerja perusahaan dengan nilai *earning per share* yang tinggi (Putri dan Noor, 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fung (2021) dan Putri dan Noor (2022), yang memberikan bukti empiris bahwa *earning per share* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi menghasilkan kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar 0,933 lebih besar dari 0,05.

Dengan meningkatnya penjualan suatu perusahaan maka dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat meningkatkan kepercayaan investor, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan dan nilai perusahaan juga akan meningkat. Adanya perbedaan hipotesis dengan hasil pengujian kemungkinan dikarenakan kurang efektif perusahaan dalam melakukan penjualan yang menyebabkan penjualan semakin menurun sehingga nilai perusahaan tidak meningkat. Hal ini dikarenakan tingkat penjualan yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen, sehingga penjualan yang dilakukan tidak menghasilkan laba yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Apabila tingkat penjualan suatu perusahaan menurun atau meningkat, tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan. Tinggi rendahnya tidak akan memengaruhi harga saham perusahaan menjadi turun ataupun naik, harga saham dalam perusahaan tidak hanya ditentukan oleh tinggi atau rendahnya penjualan yang dilakukan oleh pihak perusahaan (Fung, 2021).

Variabel pertumbuhan penjualan ini bukan sebagai prediktor baik guna memberikan penjelasan terkait nilai perusahaan, sehingga maknanya adalah perkembangan pada penjualan bersih belum tentu menaikkan nilai perusahaan yang bergerak dalam sub sektor farmasi yang masuk dalam daftar Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2018-2022 ini, hal tersebut dimungkinkan karena kenaikan pertumbuhan penjualan belum tentu diikuti dengan kenaikan laba bersih perusahaan. Salah satu penyebabnya, kemungkinan karena meningkatnya biaya operasional serta pajak yang harus dibayarkan tinggi. Jadi meskipun pertumbuhan penjualan meningkat, belum tentu laba bersihnya juga meningkat. Sehingga disaat pertumbuhan penjualannya meningkat, tidak selalu disertai dengan kenaikan harga saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tidak terdapat pengaruh dari pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan ini disebabkan pertumbuhan penjualan yang semakin besar maka nantinya akan memunculkan semakin besarnya pengeluaran biaya-biaya oleh perusahaan dan peningkatan dari pertumbuhan penjualan ini tidak selalu akan menaikkan labanya perusahaan, dan jika laba diindikasikan menurun maka nilai perusahaan tak bisa mengalami kenaikan (Kusumaningrum, dkk, 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuridah (2023), Kusumaningrum, dkk (2022), Zakiah (2023) dan Fung (2021) yang berkesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian yang bertentangan telah dilakukan oleh Putri dan Noor (2022), dimana hasil penelitiannya memberikan bukti bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) dan Pertumbuhan Penjualan Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji analisis regresi menghasilkan kesimpulan bahwa *earning per share* dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan oleh beberapa orang peneliti, diantaranya Fung (2021), Putri dan Noor (2022), Kusumaningrum, dkk (2022), Nuridah (2023), dan Zakiyah (2023) yang memberikan kesimpulan bahwa secara simultan, variabel *earning per share* dan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka ditarik kesimpulan yaitu: secara bersama-sama terdapat hubungan antara *Earning Per Share* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini ditunjukkan dengan menggunakan uji F Anova dimana didapat nilai nilai signifikansi diperoleh sebesar 0.006 atau lebih kecil dari 0.05. Secara parsial dalam penelitian ini didapat bahwa untuk variabel *Earning Per Share* dengan nilai 0,002 lebih kecil dari α sama dengan 0,05 sehingga dapat disimpulkan *earning per share* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah positif. Untuk variabel pertumbuhan penjualan terdapat nilai signifikan sebesar 0,933 lebih besar dari α sama dengan 0,05 sehingga dapat disimpulkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Fung, Kit. 2021. Analisis Pengaruh *Earning Per Share*, *Sales Growth* Dan *Total Assets Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Bisma, Vol.6, No.8, Hal.710-721. Universitas Widya Dharma. Pontianak.

Kasmir. 2018. Analisis Laporan Keuangan. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Kusumaningrum, Dyah Ayu; A. N. Hidayati dan M. A. F. Habib. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, *Earning Per Share* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). YUME: Journal Of Management, Vol.5, No.2, Hal.123-137. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Nuridah, Siti; J. D. Supraptiningsih, dan A. Irawan. 2023. Pengaruh *Earning Per Share* Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019-2021. Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Vol.2, No.1, Hal.176-189. Universitas Pertiwi. Bekasi.

Prihadi, Toto. 2020. Analisis Laporan Keuangan. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Putri, Merciana dan Aspyan Noor. 2022. Pengaruh *Earning Per Share*, Profitabilitas, Leverage, Dan *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan

Minuman Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, Vol.19, No.2, Hal.286- 294. Universitas Mulawarman. Samarinda.

Sugeng. 2017. Manajemen Keuangan Fundamental. Deepublish: Yogyakarta.

Wijaya, David. 2017. Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya. Grasindo: Jakarta.

Zakiyah, Ripka Miski. 2023. Pengaruh Earning Per Share, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth Dan Intensitas Research And Development Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sub Sektor Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau.