



ASSET: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471

Call Center: 089524159515, email: [assetumpo88@gmail.com](mailto:assetumpo88@gmail.com)

Website: <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET>



## Pengaruh Risiko Bisnis, Pertumbuhan Penjualan dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Agus Fuadi <sup>a,1,\*</sup>, Vista Yulianti <sup>b,2</sup>, Ani Fitria Noor <sup>c,3</sup>, Tarisya Anggraeni Putri <sup>d,4</sup>

<sup>a,b,c,d</sup> Universitas Pelita Bangsa, Jl Inspeksi Kalimalang Arah Deltamas, Cikarang Selatan 17540, Indonesia

<sup>1</sup>[agus.fuadi@pelitabangsa.ac.id](mailto:agus.fuadi@pelitabangsa.ac.id); <sup>2</sup>[vista.yulianti@pelitabangsa.ac.id](mailto:vista.yulianti@pelitabangsa.ac.id); <sup>3</sup>[anifitrianoor2710@gmail.com](mailto:anifitrianoor2710@gmail.com); <sup>4</sup>[tarisya38@gmail.com](mailto:tarisya38@gmail.com)

\*corresponding author : [agus.fuadi@pelitabangsa.ac.id](mailto:agus.fuadi@pelitabangsa.ac.id)

### INFO ARTIKEL

#### Sejarah artikel

Dikirim : 22-11-2022

Direvisi : 24-12-2022

Diterima : 25-12-2022

#### Kata Kunci

Risiko bisnis  
Pertumbuhan penjualan  
Umur perusahaan  
Nilai perusahaan

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh risiko bisnis, pertumbuhan penjualan, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index 70 (JII70). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder. Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan model regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pertumbuhan penjualan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC-BY.



## 1. Pendahuluan

Sebagai bagian dari kawasan Asia Tenggara, Indonesia menghadapi tantangan untuk menghadapi pasar bebas di kawasan Asia Tenggara, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Pemberlakuan MEA telah memaksa perusahaan Indonesia menghadapi tantangan untuk merebut peluang pasar dalam lingkungan bisnis yang semakin ketat, yang menyebabkan persaingan yang ketat antara perusahaan domestik dan asing. Persaingan memotivasi setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya agar tujuan perusahaan tercapai (Susanti et al., 2019). Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan dengan mendaftarkan perusahaan melalui IPO di pasar modal.

Perubahan harga saham di pasar modal menunjukkan kinerja perusahaan. Peningkatan kinerja perusahaan menggambarkan peningkatan nilai perusahaan, yang ditunjukkan melalui kenaikan harga saham di bursa efek. Sebaliknya, penurunan harga saham dianggap sebagai berita buruk atas kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perubahan harga saham sangat penting dijadikan sebagai dasar penilaian kinerja perusahaan go-public (Linanda, R., dan Afriyenis, 2018).

Penilaian kinerja perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham merupakan tujuan jangka panjang, sedangkan tujuan jangka pendek ditujukan untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki (Suwardika & Mustanda, 2017). Investor memiliki persepsi terhadap nilai perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Perusahaan dikatakan memiliki nilai yang baik jika memiliki kinerja yang baik. Ketika harga saham tinggi, maka nilai perusahaan semakin tinggi (Sulistyo Rahayu et al., 2020). Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan para pemilik perusahaan, dengan nilai yang tinggi menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham. Kinerja perusahaan yang baik dan nilai perusahaan yang tinggi menjadi salah satu ketertarikan investor dalam menanamkan modalnya (Dewi & Sujana, 2019).

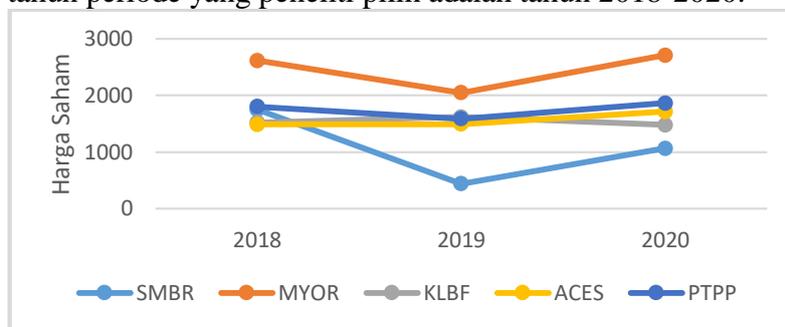
Nilai perusahaan merupakan faktor fundamental yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dan berkaitan erat dengan *stock price*. Besarnya kepercayaan calon investor dapat dilihat dari tingginya penilaian perusahaan yang diberikan oleh pihak eksternal, hal ini berdampak pada perubahan *stock price* (Anggasta & Suhendah, 2020). Gambaran keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki ditunjukkan melalui nilai perusahaan. Nilai perusahaan ditentukan oleh besaran harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin besar nilai perusahaan, hal tersebut berdampak pada keputusan investor dalam menanamkan modalnya. Meningkatnya nilai perusahaan dapat membuat penilaian yang baik terhadap kinerja perusahaan maupun prospek perusahaan. Bila suatu perusahaan mempunyai nilai *Price Book Value* lebih dari 1 (satu), maka harga saham perusahaan dianggap lebih tinggi daripada nilai bukunya, yang berarti kinerja perusahaan semakin lama semakin baik di mata investor (M. Hidayat, 2018).

Saat mengevaluasi keberhasilan seorang manajer dalam menjalankan bisnis dapat dilihat dari nilai perusahaan. Kemakmuran pemegang saham ditunjukkan oleh nilai perusahaan melalui peningkatan harga saham, dimana semakin tinggi harga saham menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham. Sinyal yang baik tentang nilai perusahaan harus dapat ditampilkan oleh setiap pemilik perusahaan kepada calon investor, bahwa perusahaan yang mereka pilih sangat tepat dijadikan sebagai alternatif investasi (Suffah et al., 2016).

Instrumen pasar modal yang paling populer adalah saham, penerbitan saham merupakan salah satu keputusan perusahaan dalam menentukan pendanaan perusahaan. Seiring dengan perkembangan zaman dan laju perekonomian, perkembangan jenis saham mengalami perubahan, selain saham umum saat ini berkembang saham syariah. Saham Syariah merupakan efek berbentuk saham yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah di

pasar modal. Saham Syariah telah banyak mendapat perhatian publik, sehingga terdapat beberapa indeks bagi saham syariah, salah satunya adalah Jakarta Islamic Index (JII) 70 yang memuat 70 saham syariah terbaik yang sudah diakui secara fungsional dan operasional.

Jakarta Islamic Index 70 (JII 70 Index) adalah indeks saham syariah yang diluncurkan BEI pada tanggal 17 Mei 2018. Konstituen JII 70 hanya terdiri dari 70 saham Syariah paling likuid yang tercatat di BEI. Sama seperti ISSI, review saham Syariah yang menjadi konstituen JII dilakukan sebanyak dua kali dalam setahun, Mei dan November, mengikuti jadwal review DES oleh OJK (OJK, 2019). JII 70 merupakan indeks baru yang masih jarang diteliti, maka peneliti tertarik untuk menganalisis mengenai perusahaan yang terdaftar di dalam indeks JII70 dengan tahun periode yang peneliti pilih adalah tahun 2018-2020.



Gambar 1. Grafik Harga Saham

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Gambar 1. merupakan gambar grafik harga saham dari beberapa perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index 70 (JII70) pada tahun 2018-2020. Diketahui bahwa harga saham PT Semen Baturaja Persero Tbk (SMBR) pada tahun 2019 mengalami penurunan senilai Rp 1.310 kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan senilai Rp 625. Harga saham PT Mayora Indah Tbk (MYOR) pada tahun 2019 mengalami penurunan senilai Rp 570 kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan senilai Rp 660. Harga saham PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) pada tahun 2019 mengalami kenaikan senilai Rp 100 kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan senilai Rp 140. Harga saham PT Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES) pada tahun 2019 dan 2020 mengalami kenaikan senilai Rp 5 dan Rp 220. Harga saham PT PP (Persero) Tbk (PTPP) pada tahun 2019 mengalami penurunan senilai Rp 220 kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan senilai Rp 280. (idx.co.id)

Berdasarkan fenomena kenaikan dan penurunan harga saham pada beberapa perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index 70 (JII70) periode 2018-2020 perlu menjadi perhatian khusus. Hal ini dapat mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan, naik turunnya harga saham juga mempengaruhi investor yang sangat berhati-hati dalam menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sudah banyak diteliti sebelumnya dan memberikan hasil yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini menguji tentang pengaruh risiko bisnis, pertumbuhan penjualan, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam mendanai operasionalnya merupakan salah satu risiko bisnis yang dihadapi perusahaan. Tingginya risiko bisnis menyebabkan turunnya nilai perusahaan dimata investor (Dewi & Sujana, 2019; Wahyuni & Yuniati, 2018). Sedangkan menurut (Dinayu et al., 2020; Ginting & Saerang, 2020) menyatakan bahwa risiko bisnis berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Volume penjualan sebagai dasar penilaian pertumbuhan suatu perusahaan, varian volume penjualan perusahaan periode saat ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan periode sebelumnya menunjukkan pertumbuhan penjualan. Peningkatan volume penjualan dapat menangani pengeluaran biaya atas operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan parameter *demand* dan daya saing perusahaan. Tingkat pertumbuhan

perusahaan mempengaruhi kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan peluang di masa depan (Dewi & Sujana, 2019).

Parameter keberhasilan perusahaan dilihat dari pertumbuhan penjualan, keberhasilan tersebut menjadi tolok ukur untuk berinvestasi di masa depan. Peningkatan pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam menjalankan strateginya. Sehingga pertumbuhan penjualan memberikan dampak positif dalam peningkatan nilai perusahaan (Afinindy et al., 2021). Menurut perspektif investor, sinyal positif perusahaan dapat ditunjukkan oleh pertumbuhan penjualan yang tinggi. Sehingga keuntungan dapat diperoleh atas hasil penjualan yang berdampak positif pada nilai perusahaan (M. Hidayat, 2018). Pertumbuhan penjualan yang terus meningkat dapat meningkatkan nilai perusahaan, hal ini didukung oleh penelitian (Dewi & Sujana, 2019; Diantari & Suryanawa, 2019; Saputri et al., 2020). Berbeda dengan (Paradila et al., 2019; Tamba et al., 2020) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Umur perusahaan juga menjadi komponen variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Umur perusahaan dapat diartikan sebagai periode berdirinya suatu perusahaan atau berapa lama perusahaan telah beroperasi hingga periode pengamatan. Umur perusahaan yaitu lamanya perusahaan tersebut telah berdiri dihitung dari akta pendirian hingga waktu penelitian (Yulianto & Widyasasi, 2020). Semakin lama perusahaan didirikan, diasumsikan perusahaan semakin dikenal oleh publik dan investor, sehingga memudahkan investor dalam mendapatkan informasi terkait dengan pengambilan keputusan terhadap perusahaan (Saefudin & Gunarsih, 2020).

Semakin tua suatu perusahaan, semakin banyak pengalaman yang dimilikinya dalam menangani modal usaha baik internal maupun eksternal. Kematangan dalam pengelolaan struktur modal dapat mempengaruhi peningkatan harga saham yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Secara umum harga saham perusahaan yang sudah tua mengarah pada tingkat kestabilan serta menguntungkan bagi investor (Tunggal & Ngatno, 2018). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (A. A. Putri & Yuhelmi, 2021; Tunggal & Ngatno, 2018; Yulianto & Widyasasi, 2020) yang menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Anggasta & Suhendah, 2020; Indrastuti, 2021) menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks 70 (JII70), yaitu risiko bisnis, pertumbuhan penjualan, dan umur perusahaan. Untuk itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan menjadikan perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Indeks 70 (JII70) sebagai populasi penelitian.

## 2. Tinjauan Pustaka

### Nilai Perusahaan

Teori keagenan merupakan teori yang menjelaskan hubungan atau kontrak kerja antara prinsipal sebagai pemilik modal dan agen sebagai pengelola modal atau manajemen perusahaan. Dalam kontrak kerja, prinsipal akan mempekerjakan agen untuk melakukan tugas untuk kepentingan prinsipal, termasuk pendelegasian otorisasi pengambilan keputusan dari prinsipal kepada agen (Jensen & Meckling, 1976). Kontrak atau hubungan kerja antara prinsipal dan agen dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi (*asymmetrical information*) yang dapat menimbulkan masalah keagenan. Masalah keagenan dapat terjadi karena agen berada pada posisi yang memiliki informasi lebih banyak mengenai perusahaan dibandingkan dengan prinsipal (P. S. U. Putri & Dwija, 2016).

“Teori signaling menjelaskan bahwa suatu entitas memberikan signal kepada pihak eksternal khususnya pengguna laporan keuangan. Signal ini berisi informasi tentang segala sesuatu yang telah dilakukan oleh pengelola dalam mewujudkan agenda pemilik. Signal tersebut dapat berupa promosi atau informasi lain yang menggambarkan keunggulan entitas dibandingkan entitas lain. Teori signaling menjelaskan bahwa pemberian signal oleh manager dimaksudkan untuk mengurangi asimetri informasi” (Yulianto & Widyasasi, 2020).

Harga saham mencerminkan nilai perusahaan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi return bagi investor yang berarti nilai perusahaan relatif tinggi terhadap tujuan dari perusahaan, yaitu untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (Franita, 2018). Dengan tingkat kesejahteraan pemegang saham yang tinggi berarti terjadi peningkatan harga fundamental dari perusahaan, bukan hanya harga pasar saat ini. Dengan demikian, tingkat maksimum harga saham mencerminkan seluruh informasi yang relevan, maka harga yang diamati merupakan *intrinsic value* atau disebut juga harga fundamental (Sumiati & Indrawati, 2019).

### **Risiko Bisnis**

Aktivitas bisnis selalu dihadapkan pada ragam peristiwa atau fenomena yang memicu timbulnya ketidakpastian. Ketidakpastian ini baik yang bersumber dari internal maupun eksternal perusahaan kemudian memunculkan konsep risiko yang selalu melekat pada bisnis. Hal ini membuat bisnis dan risiko menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Risiko secara umum bukanlah suatu hal yang baru dalam bisnis. Semua perusahaan dihadapkan pada peristiwa yang berpotensi menimbulkan risiko bisnis tradisional, seperti naik turunnya pendapatan akibat dinamika penawaran dan permintaan, persaingan pasar dan ketidakpastian pasokan dari vendor (Hanggraeni, 2021).

Dalam melakukan bisnis diperlukan prinsip kehati-hatian dan melakukan perhitungan yang tepat agar terhindar dari risiko bisnis yang erat kaitannya dengan hal yang tidak menyenangkan. Individu, organisasi perusahaan dan organisasi lain harus mempersiapkan kemungkinan kerugian (Arifudin et al., 2020). Risiko adalah peristiwa yang dapat terjadi dan menyebabkan kerusakan pada bisnis. Ketidakpastian masa depan, penyimpangan, dan sesuatu yang tidak diharapkan bagian dari risiko bisnis yang timbul dalam pengelolaan perusahaan (Maralis & Triyono, 2019).

Semakin tinggi tingkat risiko bisnis perusahaan semakin besar nilai perusahaan (Dinayu et al., 2020; Ginting & Saerang, 2020). Tingkat risiko yang tinggi menunjukkan besarnya return yang diperoleh perusahaan, tingginya nilai return akan mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan investasi terutama saham. Nilai saham yang tinggi berdampak pada nilai perusahaan. Sehingga tingginya risiko bisnis akan mempengaruhi besar kecilnya nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dirumuskan hipotesis:

*Hipotesis 1: Risiko bisnis berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*

### **Pertumbuhan Penjualan**

Pertumbuhan penjualan merupakan informasi penting bagi investor, pertumbuhan penjualan merupakan cerminan kemampuan operasional perusahaan pada periode yang lalu untuk dijadikan dasar dalam mengestimasi pertumbuhan di masa yang akan datang. Selain itu tingkat pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Jika tingkat pertumbuhan penjualan meningkat setiap tahun, maka perusahaan memiliki peluang yang baik di masa depan. Maka dari itu keputusan investor dalam membeli saham dimulai dengan menganalisis pertumbuhan penjualan suatu perusahaan (Sigar & Kalangi, 2019)

Pertumbuhan penjualan adalah pertumbuhan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat menaikkan atau meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total

penjualan secara keseluruhan (Kasmir, 2016). Pertumbuhan penjualan yang positif akan merespon positif oleh investor dan mendapatkan penilaian yang baik di mata investor yang menyebabkan nilai perusahaan meningkat (Diantari & Suryanawa, 2019). Hal ini dibuktikan dalam penelitian (Dewi & Sujana, 2019; Saputri et al., 2020). Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dirumuskan hipotesis:

*Hipotesis 2: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*

### Umur Perusahaan

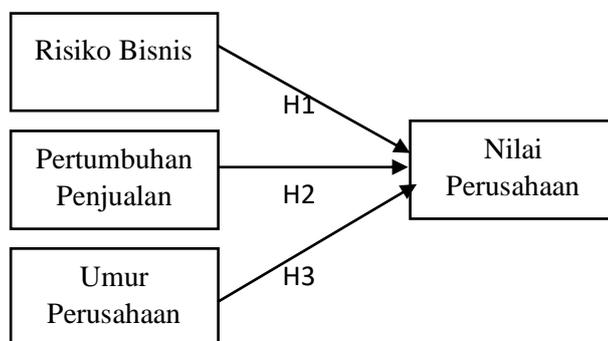
Perusahaan yang telah berdiri lama, memungkinkan lebih dikenalnya perusahaan tersebut. Sehingga ketersediaan atas informasi perusahaan lebih komprehensif jika diperbandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Keberlangsungan perusahaan dapat dilihat dari umur perusahaan. Pengalaman yang dimiliki perusahaan dengan tingkat umur yang tinggi menunjukkan kestabilan perusahaan untuk menghadapi tantangan dan kondisi dunia bisnis yang tidak dapat diprediksi, hal tersebut menunjukkan kecakapan perusahaan dalam mengambil kebijakan yang ideal (Wati, 2019).

Umur perusahaan menunjukkan tingkat kematangan perusahaan, hal tersebut dapat dilihat dari waktu pendirian sampai dengan periode pengamatan. Investor lebih mempercayai perusahaan yang memiliki umur perusahaan yang tinggi. Perusahaan dengan umur yang tinggi menandakan perusahaan dapat mempertahankan kontinuitas kegiatan operasional serta kelanjutan hidup perusahaan. Perusahaan dengan umur yang lebih lama diduga dapat menghasilkan laba yang optimal dan risiko lebih kecil dibandingkan perusahaan baru (Rely & Arsjah, 2018).

Umur perusahaan menunjukkan siklus hidup yang dijalankan perusahaan untuk mencapai sebuah posisi seperti yang terjadi pada saat ini. Siklus hidup yang dihadapi perusahaan mulai dari pertumbuhan, masa remaja, pendewasaan hingga masa penurunan. Umur perusahaan merupakan elemen yang penting untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk menjaga eksistensinya dalam jangka panjang (A. A. Putri & Yuhelmi, 2021). Umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan akan konsisten dan bersikap profesional dalam menghadapi kompetisi bisnis, sehingga dengan umur perusahaan yang lama dapat meningkatkan nilai perusahaan (Tunggal & Ngatno, 2018; Yulianto & Widyasasi, 2020). Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dirumuskan hipotesis:

*Hipotesis 3: Umur penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*

### Kerangka Berfikir



### 3. Metode Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index 70 sebanyak 70 perusahaan, dengan periode penelitian tahun 2018 – 2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling didapat sampel yang layak 38 perusahaan, atau sebanyak 114 data penelitian. Sumber data penelitian berupa laporan keuangan yang terpublikasi di website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Pengukuran atas variabel penelitian sebagai berikut:

**Tabel 1. Pengukuran variabel**

Variabel penelitian dan pengukuran	
Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Harga perlembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$
Risiko bisnis (X <sub>1</sub> )	$DOL = \frac{\% \text{ Perubahan EBIT}}{\% \text{ Perubahan Sales}}$
Pertumbuhan Penjualan (X <sub>2</sub> )	$Sales Growth = \frac{\text{Total Sales } t - \text{Total Sales } t - 1}{\text{Total Sales } t - 1}$
Umur Perusahaan (X <sub>3</sub> )	$Umur Perusahaan = Tahun penelitian - tahun perusahaan berdiri$

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, yang menggambarkan nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata (*mean*). Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda, uji secara parsial melalui uji t, dan uji kelayakan model melalui uji F. Untuk menganalisis besaran kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen menggunakan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Persamaan Regresi penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β<sub>1-3</sub> : Koefisien regresi variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>

X<sub>1</sub> : Risiko Bisnis

X<sub>2</sub> : Pertumbuhan Penjualan

X<sub>3</sub> : Umum Perusahaan

e : Tingkat kesalahan (error)

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### Hasil Penelitian

Data penelitian diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS, dari total 114 sampel data terdapat 51 data dikeluarkan dikarenakan tidak memenuhi syarat *goodness of fit*. Sehingga data terakhir yang diolah sebanyak 63. Berikut hasil uji statistik deskriptif:

**Tabel 2. Uji deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean
Risiko Bisnis	63	-8,00	21,00	7,5714
Pertumbuhan Penjualan	63	-18,00	25,00	2,5238
Umur Perusahaan	63	2,00	31,00	18,4054
Nilai Perusahaan	63	23,00	335,00	156,5397

Risiko bisnis perusahaan yang tergabung pada JII 70 tahun 2018-2020 memiliki nilai rata-rata 7,57% berkisar antara -8,00% sampai 21,00%. Pertumbuhan penjualan cenderung rendah dengan nilai rata-rata 2,52% atau berkisar di angka -18% hingga 25%. Untuk umur perusahaan sangat bervariasi mulai dari perusahaan yang berumur 2 tahun hingga 31 tahun, dengan nilai rata-rata 18,4 tahun. Nilai perusahaan memiliki nilai rata-rata 156,53% berkisar antara 23% sampai 335%.

**Tabel 3. Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	96.786	22.590		4.285	.000
Risiko Bisnis	6.095	1.525	.467	3.998	.000

Pertumbuhan Penjualan	-.283	.938	-.035	-.302	.764
Umur Perusahaan	.794	.984	.093	.806	.423

a. Dependent Variabel: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 96,786 + 6,095 X_1 - 0,283X_2 + 0,794X_3 + e$$

Persamaan diatas menjelaskan bahwa risiko bisnis memiliki nilai  $b=6,095$  dan  $\text{sig } 0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa risiko bisnis berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berikutnya pertumbuhan penjualan memiliki nilai  $b= -0,283$  dan  $\text{sig } 0,764 > 0,05$  yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Umur perusahaan pada persamaan memiliki nilai  $b= 0,794$  dan  $\text{sig } 0,423$  menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

## Pembahasan

### Risiko bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Risiko bisnis merupakan kondisi ketidakpastian akan keuntungan atau kerugian perusahaan di masa yang akan datang. Risiko bisnis sangat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Namun semakin tinggi risiko bisnis yang dihadapi perusahaan dapat menggambarkan tingginya keuntungan yang diperoleh. *High risk high return* adalah prinsip pengambilan keputusan dalam memilih investasi yang menawarkan risiko tinggi namun hasil pengembalian juga tinggi. Hal ini mendorong investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki nilai return yang tinggi, tingginya return akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat risiko bisnis akan meningkatkan nilai perusahaan, hal ini sejalan dengan (Dinayu et al., 2020; Ginting & Saerang, 2020).

### Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan yang terjadi pada perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Indeks 70 periode tahun 2018 – 2020, rata-rata mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan yang berdampak pada menurunnya tingkat profitabilitas. Penurunan profitabilitas akan menyebabkan nilai saham menurun yang mengarah pada penurunan nilai perusahaan. Hasil riset membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, salah satu penyebabnya kemungkinan karena biaya operasional serta pajak yang dikeluarkan meningkat sehingga pertumbuhan penjualan tidak diiringi oleh peningkatan laba. Kondisi tersebut mengindikasikan investor tidak menjadikan tingkat pertumbuhan penjualan sebagai pertimbangan dalam berinvestasi, hal ini dikarenakan tidak adanya jaminan tingkat pengembalian yang diharapkan investor atas perubahan tingkat penjualan. Dimungkinkan bagi investor untuk menentukan tingkat pertumbuhan lain sebagai perbandingan seperti tingkat pertumbuhan laba atau pertumbuhan perusahaan. Hasil penelitian didukung oleh (Paradila et al., 2019; Tamba et al., 2020).

### Umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan berdiri, umur perusahaan menunjukkan siklus hidup perusahaan. Semakin lama perusahaan berdiri menunjukkan semakin tinggi nilai perusahaan, yang berarti bahwa perusahaan dapat memberikan kepercayaan kepada investor atas kestabilan kinerja usahanya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dimungkinkan karena adanya persaingan bisnis yang dinamis sehingga lamanya umur perusahaan bukan merupakan jaminan siklus hidup perusahaan, yang berdampak pada nilai perusahaan (T. Hidayat et al., 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian (Anggasta &

Suhendah, 2020; Indrastuti, 2021) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 4. Uji koefisien determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	.472a	.223	.183	68.38370

Tabel 4 menunjukkan nilai kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Kontribusi risiko bisnis, pertumbuhan penjualan, dan umur perusahaan dalam menjelaskan nilai perusahaan sebesar 18,3%. Adapun sebesar 81,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian, seperti beban pajak, biaya produksi, tingkat laba, dan lain sebagainya.

## 5. Kesimpulan

Hasil penelitian memberikan penjelasan mengenai pengaruh risiko bisnis, pertumbuhan penjualan, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa risiko bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa semakin tinggi risiko bisnis semakin besar nilai perusahaan. Sedangkan pertumbuhan penjualan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besar kecilnya penjualan dan panjang pendeknya umur perusahaan tidak menjadi ukuran peningkatan nilai perusahaan. Kemampuan risiko bisnis, pertumbuhan penjualan, dan umur perusahaan dalam menjelaskan nilai perusahaan sebesar 18,7% menunjukkan bahwa nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel penelitian seperti beban pajak, biaya produksi, tingkat laba, dan lain sebagainya.

## Referensi

- Afinindy, I., Salim, U., & Ratnawati, K. (2021). The Effect of Profitability, Firm Size, Liquidity, Sales Growth on Firm Value Mediated Capital Structure. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 15–22.
- Anggasta, G., & Suhendah, R. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dividen dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2(April), 586–593.
- Arifudin, O., Wahrudin, U., & Rusmana, F. D. (2020). *MANAJEMEN RISIKO* - Google Books. Widiana Bhakti Persada Bandung.
- Dewi, & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 85. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p04>
- Diantari, K. I., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Opini Auditor dan Pertumbuhan Penjualan Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 1103. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i02.p10>
- Dinayu, C., Sinaga, D. ana, & Sakuntala, D. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Kimia Yang Di Indonesia. *Fidusia : Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 15–24. <https://doi.org/10.24127/jf.v3i1.465>
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan*. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Ginting, F. G., & Saerang, I. S. (2020). PENGARUH RISIKO BISNIS, RISIKO FINANSIAL DAN RISIKO PASAR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA BANK BUMN PERIODE TAHUN 2011-2018. *Maramis... 252 Jurnal EMBA*, 8(1), 252–261.
- Hanggraeni, D. (2021). *Manajemen Risiko Bisnis dan Environmental, Social, and Governance (ESG ...* - Dewi Hanggraeni - Google Buku. PT Penerbit IPB Press.
- Hidayat, M. (2018). *PENGARUH MANAJEMEN PAJAK, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI PERIODE 2014-2016*. 12(1), 60–71.
- Hidayat, T., Yahya, A., Hardiyanti, P., & Permatasari, M. D. (2022). Kebijakan Dividen dan Hutang Serta Keputusan Investasi Dalam Mempengaruhi Nilai Perusahaan ( The Influence Of Divident Policies , Debt Policies , and Investment Decisions on Company Value ) Abstrak. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(01), 57–68.
- Indrastuti, D. K. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur. *E-Jurnal*

- Akuntansi TSM*, 1(1), 117–126.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Corporate Governance: Values, Ethics and Leadership*, 77–132. <https://doi.org/10.2139/ssrn.94043>
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Linanda, R., dan Afriyeni, W. (2018). Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap harga saham. *Urmal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 135–144.
- Maralis, R., & Triyono, A. (2019). *Manajemen resiko*. Deepublish.
- OJK. (2019). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2019 Sinergi Dalam Membangun Ekosistem Ekonomi dan Keuangan Syariah. *Otoritas Jasa Keuangan*, 53(9), 18.
- Paradila, V. R. I., Wijaya, A. L., & Widiastara, A. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Size Perusahaan, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur sektor Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 - 2017). *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I*, 1, 617–635.
- Putri, A. A., & Yuhelmi. (2021). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. 8(5), 55.
- Putri, P. S. U., & Dwija, I. G. A. M. A. (2016). Opini Auditor Sebagai Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan Perbankan Tahun 2012-2014. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(1), 29–55.
- Rely, G., & Arsjah, R. J. (2018). An effecting of foreign ownership structure in firm value towards offshore debt financing in manufacturing firms. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(12), 46–56.
- Saefudin, S., & Gunarsih, T. (2020). Apakah Faktor Eksternal Memprediksi Underpricing Lebih Baik Dibandingkan Faktor Internal? Studi Initial Public Offering Di Bei Tahun 2009-2017. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i1.28178>
- Saputri, N., Mulatsih, L. S., & Trianita, M. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Penjualan, Risiko Bisnis, dan Earning Per Share terhadap Nilai Perusahaan*.
- Sigar, P., & Kalangi, L. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 3029–3039. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24054>
- Suffah, R., Riduwan, A., & (Institution), S. T. I. E. I. (STIESIA) S. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1–17.
- Sulistyo Rahayu, V., Indah Mustikowati, R., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4467>
- Sumiati, & Indrawati, N. K. (2019). *Manajemen Keuangan Perusahaan - Google Books*. UB Press.
- SUSANTI, A., WAFIRO TIN, K. Z., & HARTONO, A. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode Tahun 2011-2016. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 11. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.236>
- Suardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). *PENGARUH LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PROPERTI*. 6(3), 1248–1277.
- Tamba, E. C., Pandiangan, L., Ginting, R. N., & Sitepu, W. R. B. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 485. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.294>
- Tunggal, C. A., & Ngatno. (2018). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Dan Umur Perusahaan Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Tahun 2014- 2016) Pada Perusahaan Sub-Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), 141–157.
- Wahyuni, E. S., & Yuniati, T. (2018). *PENGARUH RISK MONITORING COMMITTEE DAN BUSINESS RISK*. 1–18.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR) - Google Books*. Myria Publisher.
- Yulianto, & Widyasasi. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2, 576–585.