

SKRIPSI

PENGARUH FREE CASH FLOW, SALES GROWTH,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
PROFITABILITY, DAN PRODUCTIVITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN



DIAJUKAN OLEH: NAMA:

MEGGIE FAUSTINE NIM:

125180310

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MEGGIE FAUSTINE
NIM : 125180310
PROGRAM / JURUSAN : S1 / AKUNTANSI
KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH FREE CASH FLOW, SALES
GROWTH, CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY, PROFITABILITY, DAN
PRODUCTIVITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN

Jakarta,
Pembimbing



(Widyasari, S.E., M.Si., Ak., CPA., CA)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MEGGIE FAUSTINE
NIM : 125180310
PROGRAM / JURUSAN : S1 / AKUNTANSI
KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH FREE CASH FLOW, SALES
GROWTH, CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY, PROFITABILITY, DAN
PRODUCTIVITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN

TANGGAL: JANUARI 2022

KETUA PENGUJI

()

TANGGAL: JANUARI 2022

ANGGOTA PENGUJI

()

TANGGAL: JANUARI 2022

ANGGOTA PENGUJI

()

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

PENGARUH FREE CASH FLOW, SALES GROWTH,
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITY,
DAN PRODUCTIVITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh dari variabel independen, free cash flow, sales growth, corporate social responsibility, profitability, dan productivity terhadap variabel dependen nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018-2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan pengelolaan data menggunakan software Eviews version 12 SV (student version). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 19 perusahaan manufaktur dengan total 57 data selama 3 (tiga) tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa free cash flow berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sales growth berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, corporate social responsibility berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitability memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, dan productivity memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Free Cash Flow, Sales Growth, Corporate Social Responsibility, Profitability, Productivity, Nilai Perusahaan.

This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of independent variables, free cash flow, sales growth, corporate social responsibility, profitability, and productivity on the dependent variable of firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2018-2020 using secondary data. and data management using Eviews software version 12 SV (student version). The sample used in this study were 19 manufacturing companies with a total of 57 data for 3 (three) years. The results of this study indicate that free cash flow has a positive but not significant effect on firm value, sales growth has a positive but not significant effect on firm value, corporate social responsibility has a negative and not significant effect on firm value, profitability has a significant positive effect on firm value, and productivity have a negative and not significant effect on firm value.

Keywords: Free Cash Flow, Sales Growth, Corporate Social Responsibility, Profitability, Productivity, Firm Value.

HALAMAN MOTTO

Do Your Best, and Let God Do The Rest.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini saya persembahkan untuk semua orang yang telah memotivasi serta membantu saya selama hidup saya, terutama untuk semua pihak yang mendukung saya dalam mejalani perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan S1 Akuntansi di Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Widyasari, S.E., M.Si., Ak., CPA (Aust.), CA. selaku Dosen Pembimbing Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmojo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CPMA., CA., CPA (Aust.) selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk menyusun skripsi ini.
4. Ibu Elsa Imelda, S.E., Ak., M.Si., CA. selaku Kepala Program Studi S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara karena telah memberikan kesempatan peneliti untuk menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara atas segala ilmu dan pengalaman yang sangat berharga yang telah diberikan selama ini.
6. Ibu yang tercinta yang selalu memberikan dukungan, perhatian, serta doa demi kelancaran pembuatan skripsi ini.
7. Teman-teman yang sudah bersama saya dari dulu sampai sekarang, Felicia, Meghiya, Marvin, Angely, Brenda, Kevin, Markus, Matthew, Ika, dan Thalya, yang sudah memberikan banyak dukungan, perhatian, bantuan serta doa selama pengerjaan skripsi.

8. Teman-teman kuliah saya Erica, Joan, Michelle, Vidra, Oca, Vicella, dan Santi yang telah memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per-satu dan telah turut serta dalam membantu dan memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak pengguna skripsi ini. Akhir kata, kata peneliti berharap semoga skripsi ni dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Peneliti menyampaikan permohonan maaf jika dalam pembuatan skripsi ini terdapat banyak kesalahan, sehingga peneliti menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak dengan tujuan agar penyusunan skripsi dapat lebih baik di masa mendatang. Peneliti berharap pihak pembaca dapat memperoleh informasi serta manfaat dari penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 3 November 2021

Peneliti,



Meggie Faustine

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Perumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.	9
A. Gambaran Umum Teori	9
B. Definisi Konseptual Variabel	10
C. Kaitan antara Variabel-Variabel	14
D. Penelitian Terdahulu	18
E. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Desain Penelitian	31
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel	31
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	32
D. Asumsi Analisis Data	36

E. Analisis Data 40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 43
A. Deskripsi Subjek Penelitian 43
B. Deskripsi Objek Penelitian 45
C. Hasil Uji Pemilihan Model Terbaik 47
D. Hasil Uji Asumsi Analisis Data 54
E. Hasil Analisis Data 55
F. Pembahasan 62
BAB V PENUTUP 69
A. Kesimpulan 69
B. Keterbatasan dan Saran 71
DAFTAR PUSTAKA 73
LAMPIRAN 76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 81

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 4.1 Hasil Kriteria Pemilihan Sampel	43
Tabel 4.2 Daftar Sampel Perusahaan Yang Digunakan	44
Tabel 4.3 Uji Statistik Deskriptif	45
Tabel 4.4 Common Effect Model	48
Tabel 4.5 Fixed Effect Model	49
Tabel 4.6 Random Effect Model	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Chow (Likelihood)	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Hausman	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.11 Fixed Effect Model	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Adjusted R ²	58
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan)	59
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial)	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Perbandingan Indeks Harga Saham Gabungan Dengan Indeks Industri Manufaktur Tahun 2018	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	27

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Daftar Perusahaan Sampel	76
Lampiran 2. Daftar Variabel Dependen dan Independen	76
Lampiran 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif	78
Lampiran 4. Common Effect Model	78
Lampiran 5. Fixed Effect Model	79
Lampiran 6. Random Effect Model	80
Lampiran 7. Uji Chow (Likelihood)	80
Lampiran 8. Uji Hausman	80
Lampiran 9. Uji Multikolinearitas	80
Lampiran 10. Uji Heteroskedastisitas	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pada masa industrialisasi ini, perusahaan go public memiliki harapan saham yang ditawarkannya dapat dibeli pihak luar dengan harga tinggi. Tujuan utama perusahaan selain berorientasi terhadap kelangsungan usahanya tetap harus memperhatikan serta memaksimalkan kekayaan para shareholders. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mensejahterakan para pemegang saham adalah dengan meningkatkan harga jual per lembar saham. Hal tersebut dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk menarik investor dalam menanamkan modal sehingga dapat memaksimalkan serta meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan dibentuk untuk memiliki 2 tujuan, yakni tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Untuk yang pertama, tujuan perusahaan untuk jangka pendek adalah untuk mendapatkan dan meningkatkan laba atau profit secara maksimal. Untuk yang kedua tujuan jangka panjang dari pembentukan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, hal ini dapat tercermin dari harga sahamnya.

Nilai perusahaan secara umum adalah harga jual suatu perusahaan yang dianggap layak bagi calon investor. Menurut Ross, Westerfield dan Jaffe (2013) nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang mampu memberikan kemakmuran untuk para stakeholders secara maksimal jika harga saham suatu perusahaan mengalami peningkatan. Salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan adalah Nilai perusahaan. Indikator yang digunakan untuk nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah Tobins Q yang menunjukkan mengenai suatu performa perusahaan dalam mengelola aktiva perusahaan.

Perbandingan Indeks Harga Saham Gabungan dengan Indeks Industri
Manufaktur Tahun 2018

Indices	Greatest Gain (%)			Greatest Lost (%)		
	One Day	One Week	One Month	One Day	One Week	One Month
IHSG	1.93	2.50	4.43	-2.02	-2.91	-2.54
	Nov 29	Oct 25	Nov 30	Oct 11	Oct 04	Oct 31
Manufacturing	2.43	3.09	8.18	-3.13	-4.94	2.31
	Dec 19	Nov 29	Dec 28	Nov 09	Oct 04	Oct 31

Gambar 1.1

(sumber idx.com)

Data diatas menunjukkan perbandingan antara indeks saham gabungan dengan indeks industri manufaktur. Hampir semua kenaikan dan penurunan tertinggi yang terjadi pada manufaktur melebihi dari IHSG (indeks harga saham gabungan) yang memiliki arti bahwa harga saham pada perusahaan manufaktur pergerakannya cukup signifikan dibanding dengan rata-rata saham yang terdaftar di BEI. Kenaikan harga saham ini akan menarik investor untuk menginvestasikan dana mereka di perusahaan. Hal ini juga menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang dimiliki pun mengalami kenaikan.

Kondisi diatas dapat terjadi dikarenakan pada industri manufaktur dalam skala besar dan sedang, mengalami peningkatan pertumbuhan produksi sebesar 4.01 persen lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2018. Peningkatan tersebut juga turut dibantu oleh share yang diberikan dari perusahaan manufaktur subsektor industri makanan dan minuman, sebesar 23.57 persen serta mengalami kenaikan sebesar 3.74 persen dalam pertumbuhan produksinya. Hal ini juga didukung oleh pertumbuhan produksi yang positif dari sub sektor industri percetakan dan reproduksi media rekaman. Untuk satu sisi yang lain, terjadi pula pertumbuhan produksi yang negatif dari sub sektor industri barang logam bukan mesin dan peralatan, yang turun sebesar 18.49 persen.

Pertumbuhan ekonomi juga terjadi peningkatan pada industri manufaktur kecil sebesar 5.80 persen pada tahun 2019 dibanding dengan tahun 2018 yaitu sebesar 4.86 persen. Untuk tahun 2020, diperkirakan akan kembali ke jalur positif dan akan memberikan perhatian khusus terutama di beberapa sub sektor perusahaan

manufaktur dengan kenaikan sebesar 3.95 persen (www.bps.go.id). Hal ini menunjukkan juga performa baik dari tiap-tiap perusahaan, sehingga berdampak terhadap nilai perusahaan yang mereka miliki. Nilai perusahaan juga dapat juga diukur menggunakan beberapa indikator yang akan dijelaskan dalam penelitian ini.

Terdapat beberapa indikator untuk mengukur atau menentukan nilai perusahaan, salah satunya adalah free cash flow (arus kas bebas). Free Cash Flow merupakan sumber dana internal yang di mana pada penerimaan arus kas positif dapat digunakan sebagai modal perusahaan dalam membiayai kegiatan perusahaan. Laporan arus kas bebas mengklasifikasikan penerimaan kas berdasarkan aktivitas operasi, investasi , dan pendanaan (Launtu, 2021). Arus kas yang positif juga merupakan sebagai tanda likuiditas suatu perusahaan. Semakin besar arus kas yang positif dihasilkan maka semakin likuid performa perusahaan tersebut. Semakin likuid atau lancar dana internal yang dimiliki perusahaan maka meningkatnya juga nilai perusahaan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur atau menghitung nilai perusahaan setelah free cash flow adalah sales growth atau pertumbuhan penjualan. Sales growth memiliki arti terdapat perubahan dalam penjualan pada laporan keuangan suatu perusahaan. Sales Growth atau pertumbuhan penjualan perusahaan memiliki arti sebagai peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Bagi perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi, maka akan memberikan gambaran mengenai pertumbuhan dari perusahaan tersebut baik pula. Implikasi positif yang dimaknai secara positif oleh investor karena perusahaan memiliki peluang yang baik di masa depan. Hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan (Febriyanto, 2018). Kenaikan penjualan secara berturut-turut akan memberikan gambaran mengenai performa kinerja operasional perusahaan terhadap investor, sehingga hal tersebut dapat menjadi salah satu hal penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini juga dapat menarik investor untuk menginvestasikan dana mereka di dalam perusahaan.

Nilai perusahaan juga membutuhkan corporate social responsibility untuk membangun citra serta reputasi yang tepat, dan diharapkan untuk mendapatkan

legitimasi dari para investor. Corporate social responsibility juga memberikan gambaran bagi stakeholders mengenai kegiatan operasional dari perusahaan dalam mendistribusikan pendapatan yang dihasilkannya, Hal ini termasuk kegiatan operasi perusahaan, pengembangan sosial kemasyarakatan, program kompensasi dan pengembangan yang diberikan kepada karyawan, donasi dan bantuan sosial serta apresiasi terhadap nilai-nilai hak asasi manusia dan keberlanjutan dukungan lingkungan. Pelaksanaan corporate social responsibility yang telah dilaksanakan oleh perusahaan adalah bentuk kepedulian dari perusahaan terhadap lingkungan diluar perusahaan (eksternalnya). Hal ini menjelaskan dengan adanya pelaksanaan corporate social responsibility perusahaan lebih dapat diterima oleh masyarakat dan menurut pada pandangan para investor perusahaan akan semakin berkelanjutan dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Cristofel & Kurniawati, 2021).

Profitability juga memiliki peranan penting dalam hal mengukur atau menghitung nilai perusahaan. Profitability sendiri memiliki arti kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitability akan menunjukkan serta menggambarkan pertumbuhan laba yang diharapkan dari suatu perusahaan pada masa depan. Hal ini juga digunakan untuk menarik investor dalam menginvestasikan dana nya ke perusahaan. Rasio yang dipilih untuk mewakili rasio profitabilitas adalah Return On Asset (ROA). Return on Asset adalah rasio yang memiliki fungsi untuk mengukur seberapa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang didasarkan dari suatu tingkat aset tertentu (Nafisah, Halim, dan Sari, 2018).

Selain itu untuk mengukur nilai perusahaan, diperlukan produktivitas perusahaan. Rasio yang dipilih untuk mewakili rasio aktivitas dengan mengukur keefektifan total asset yang dimiliki oleh perusahaan dalam menghasilkan penjualan adalah Total Aset Turnover. Investasi pada aset perusahaan akan meningkatkan kegiatan operasional perusahaan yang mengakibatkan peningkatan penjualan bersih perusahaan (TATO). Menurut Kasmir (2016), rasio total asset turnover merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang

diperoleh dari tiap rupiah aktiva. Pada gilirannya akan meningkatkan keuntungan perusahaan atau pemilik perusahaan dan memberikan dampak pada peningkatan laba serta nilai perusahaan.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur. Alasan dipilihnya manufaktur sebagai objek penelitian adalah karena perusahaan manufaktur merupakan salah satu jenis perusahaan yang mengalami peningkatan perkembangan bisnis secara cepat serta skala dari perusahaan manufaktur memiliki cakupan yang cukup luas. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang terdiri dari beberapa sub sektor industri yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH FREE CASH FLOW, SALES GROWTH, CORPORATE SOCIAL REponsibility, PROFITABILITY DAN PRODUCTIVITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang sudah disampaikan diatas, peneliti dapat mengidentifikasi permasalahan-permasalahan apa yang dapat dilihat dari perspektif variabel independen (free cash flow, sales growth, corporate social responsibility, profitability, dan productivity) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Penelitian yang telah dilakukan oleh Launtu (2021) menyatakan bahwa free cash flow berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Widiastari dan Yasa (2018) menyatakan bahwa free cash flow tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Primaditha dan Harahap (2019) menyatakan bahwa sales growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Emanuel dan Rasyid (2019) menyatakan bahwa sales growth berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Irwansah (2019) menyatakan bahwa sales growth tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Zulaika dan Sihombing (2019) , serta Cristofel dan Kurniawati (2021) dan menyatakan corporate social responsibility berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Siswanto dan Yanti (2018) menyatakan bahwa corporate social responsibility berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Limantara, Amalia, dan Boedi (2021) menyatakan bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Nafisah, Halim, dan Sari (2018), serta Widiastari dan Yasa (2018) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Proksi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return On Asset. Sebaliknya, penelitian yang telah dilakukan oleh Anggraini dan Widhiastuti (2020) menyatakan bahwa return on asset tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Nafisah, Halim, dan Sari (2018) serta Lumapow dan Tumiwa (2017) menyatakan bahwa total asset turnover berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa, Taufik, dan Thamrin (2019) menyatakan bahwa total asset turnover berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Widhiastuti (2020) menyatakan bahwa total aset turnover tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah diteliti sebelumnya menghasilkan keputusan yang berbeda-beda. Hal ini membuat peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah dari perspektif indikator yang diteliti. Perspektif indikator yang dimaksud adalah free cash flow, sales growth, corporate social responsibility, profitability dan productivity terhadap nilai perusahaan.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini akan

dibatasi untuk menghindari terjadinya pembahasan masalah yang akan lebih luas dari apa yang diharapkan. Dikarenakan banyaknya faktor yang dapat digunakan, maka peneliti akan melakukan pembatasan masalah pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan variabel independen Free Cash Flow, Sales Growth, Corporate Social Responsibility, Profitability dan Productivity. Untuk variabel dependen menggunakan Nilai Perusahaan. Perolehan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini berasal dari Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian menggunakan 3 tahun, dari tahun 2018-2020.

4. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa masalah yang telah dirumuskan. Peneliti merumuskan beberapa masalah berdasarkan pada latar belakang penelitian diatas sebagai berikut, 1) Apakah Free Cash Flow berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?; 2) Apakah Sales Growth berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?; 3) Apakah Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?; 4) Apakah Profitability berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?; 5) Apakah Productivity berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan dan memperoleh data serta informasi mengenai pengaruh Free Cash Flow, Sales Growth, Corporate Social Responsibility, Profitability dan Productivity Sehingga dapat memperoleh fenomena-fenomena dan pengaruh antar variabel dengan nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah; 1) untuk melihat bukti empiris mengenai pengaruh yang disebabkan oleh Free Cash Flow terhadap Nilai Perusahaan; 2) untuk melihat bukti empiris mengenai pengaruh yang disebabkan oleh Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan; 3) untuk melihat bukti empiris mengenai pengaruh yang disebabkan oleh Corporate Social Responsibility

terhadap Nilai Perusahaan; 4) untuk melihat bukti empiris mengenai pengaruh yang disebabkan oleh Profitability terhadap Nilai Perusahaan; 5) untuk melihat bukti empiris mengenai pengaruh yang disebabkan oleh Productivity terhadap Nilai Perusahaan.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang sudah dijelaskan diatas, maka penelitian ini dapat diharapkan untuk memberikan manfaat dan berguna untuk pihak perusahaan, investor, dan akademis. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk memahami indikator-indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan, meningkatkan nilai suatu perusahaan serta berguna untuk kegiatan operasional perusahaan. Bagi investor, diharapkan juga hasil penelitian ini dapat membantu untuk memahami suatu perusahaan sebelum menginvestasikan dana.

Bagi akademis, peneliti sangat berharap bahwa hasil dari penelitian yang dilakukan dapat memberikan bukti-bukti empiris mengenai pengaruh antar variabel-variabel yang bersangkutan dalam hal ini adalah Free Cash Flow, Sales Growth, Corporate Social Responsibility, Profitability dan Productivity terhadap Nilai Perusahaan. Sebagai media literatur untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan penjelasan serta memahami teori yang sudah ada mengenai faktor-faktor fundamental dan teknikal yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, S. R., Sari, D. W., Setianto, R. H., & Primanti, M. R. (2020). Cara Cerdas Menguasai E-Views. Jakarta: Salemba Empat.
- Anggraini, S., & Widhiastuti, R. N. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Aktivitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018. *Jurnal Kompleksitas*, 9(11), 1-11.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2017). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Edisi Pertama. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). *Managing CSR: A communication approach*. New Jersey: Willey-Blackwell.
- Cristofel, C., & Kurniawati, K. (2021). Pengaruh Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(3), 1-12. <https://dx.doi.org/10.30813/jab.v14i1.2468>
- Ekadjaja, A., Henny., & Ekadjaja, A. (2019) The Characteristics Of Users Derivative Company Towards The Company's Value. *Jurnal Akuntansi*, 23(1), 61-76.
- Emanuel, R., & Rasyid, R. (2019). Pengaruh Firm Size, Profitability, Sales Growth, dan Leverage Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(2), 468-476.
- Febriyanto, C. T. (2018). The Effect of Leverage, Sales Growth, and Liquidity To The Firm Value of Real Estate and Property Sector in Indonesia Stock Exchange. *Economics and Accounting Journal*, 1(3), 198-205.
- Ghozali & Chariri. (2014). *Teori Akuntansi Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irwansah, A. F. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *STIE Perbanas Surabaya*, 8(5), 1-17.
- Jogiyanti, H. M. (2017) *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta: BPF – Yogyakarta.

- Kasmir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Khairunnisa, T., Taufik, T., & Thamrin, K. M. H. (2019). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Return On Assets, Assets Growth, Current Ratio, dan Total Assets Turnover Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 31-44.
- Launtu, A. (2021). Impact of Cash Flow and Dividend Policy on Manufacturing Firm Value. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 105-111.
- Limantara, T. S., Amalia, H. S., & Boedi, S. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 22(1), 14411-14464.
- Lumapow, L. S., & Tumiwa, R. A. F. (2017). The Effect of Dividend Policy, Firm Size, and Productivity To The Firm Value. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(22), 20-24.
- Meidiawati, K., & Mildawati, T. (2016). Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1-16.
- Murtini, N. K., Putra, I. G. C., & Manuari, I. A. R. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi*, 318-327.
- Nafisah, N. I., Halim, A., & Sari, A. R. (2018). Pengaruh Return on Assets (ROA), Debt to Equity Ratio (DER), Current Ratio (CR), Return on Equity (ROE), Price Earning Ratio (PER), Total Asset Turnover (TATO), Dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2015. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 6(2), 1-17.
- Primaditha, L. P. P., & Harahap, H. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 109-210.
- Rajagukguk, L., Ariesta, V., & Pakpahan, Y. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 77-90.
- Ross, S. A., Westerfield, R., & Jaffe, J. F. (2013). *Corporate Finance*. Irwin, McGraw-Hill

- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29-57.
- Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., & Guci, S. T. (2019). Pengaruh Sales Growth, Firm Size, Debt Policy, Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic, Business, and Accounting*, 2(2), 345-355.
- Siswanto, R., & Yanti, B. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Konstruksi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(3), 2-17.
- Siyoto, S. & Sodik, M.A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subramanyam, K. R. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kominasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Weygandt, J. J., Kieso, D. E., & Kimmel, P. D. (2019). *Financial accounting: IFRS edition (4th edition)*.
- Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 957-981.
- Zulaika, T. & Sihombing, G. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi dan Governance Andalas*, 2(2), 135-165.

www.idx.co.id www.bps.go.id

www.invesnesia.com www.emitenkontan.com

www.eddyelly.com