

P-ISSN: 3047-3527, E-ISSN: 3047-7018
JURAMA, Vol. 3, No. 2, Mei 2026
Lembaga Aspirasi Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian
Putra Bangsa (LP4B) Tangerang Selatan



PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023

Ika Dian Fitriani¹, Masno Marjohan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Email ikadianfitriani08@gmail.com¹, dosen00124@unpam.ac.id²

Abstract

This study aims to analyze the effect of profitability, sales growth, and firm size on firm value at PT Astra International Tbk during the period 2013-2023. This quantitative research uses secondary data derived from financial statements, with profitability (Return on Equity/ROE), sales growth (Sales Growth), and firm size (Firm Size) as independent variables, while firm value is the dependent variable, proxied by Price to Book Value (PBV). Data analysis was conducted using classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination, with a significance level of 0.05. The results show that partially, profitability (t-value = 0.831; sig. = 0.433 > 0.05) and sales growth (t-value = 0.075; sig. = 0.942 > 0.05) do not have a significant effect on firm value. In contrast, firm size has a significant negative effect on firm value (t-value = -5.473; sig. = 0.001 < 0.05) with a regression coefficient of -2.332. Simultaneously, the three independent variables have a significant effect on firm value (F-value = 14.247 > F-table = 4.35; sig. = 0.002 < 0.05). The coefficient of determination (R²) of 0.859 indicates that the independent variables explain 85.9% of the variation in firm value, while the remaining 14.1% is influenced by other factors outside the research model.

Keywords : Profitability (ROE); Sales Growth; Firm Size; Firm Value (PBV).

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada PT Astra International Tbk periode 2013-2023. Penelitian kuantitatif ini menggunakan data sekunder laporan keuangan dengan variabel independen Profitabilitas (ROE), Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth), dan Ukuran Perusahaan (Firm Size), serta variabel dependen Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, profitabilitas (t-hitung 0,831; sig. 0,433 > 0,05) dan pertumbuhan penjualan (t-hitung 0,075; sig. 0,942 > 0,05) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan (t-hitung -5,473; sig. 0,001 < 0,05) dengan koefisien regresi -2,332. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (F-hitung 14,247 > F-tabel 4,35; sig. 0,002 < 0,05). Hasil koefisien determinasi (R²) sebesar 0,859 menunjukkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh sebesar 85,9% terhadap nilai perusahaan, sedangkan 14,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Profitabilitas (ROE); Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth); Ukuran Perusahaan (Firm Size); Nilai Perusahaan (PBV).

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, nilai perusahaan

menjadi tolak ukur fundamental yang menggambarkan kesuksesan manajemen dalam memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Nilai perusahaan yang optimal tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan saat ini, tetapi juga ekspektasi pasar terhadap keberlanjutan kinerja perusahaan di masa mendatang. Pencapaian nilai perusahaan yang tinggi menjadi prioritas strategis bagi manajemen dalam rangka menarik minat investor dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar modal.

Salah satu entitas bisnis yang menarik untuk dikaji adalah PT Astra International Tbk, konglomerasi terbesar di Indonesia yang memiliki portofolio bisnis diversifikasi mulai dari otomotif, jasa keuangan, alat berat, agribisnis, hingga teknologi informasi. Sebagai salah satu komponen utama Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Astra International tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi nasional tetapi juga menjadi barometer kesehatan sektor korporasi Indonesia. Dengan kapitalisasi pasar yang signifikan dan likuiditas saham yang tinggi, pergerakan nilai perusahaan Astra memiliki implikasi luas terhadap sentimen pasar modal secara keseluruhan.

Dinamika operasional PT Astra International Tbk yang kompleks dengan berbagai lini bisnis menghadirkan tantangan tersendiri dalam menjaga stabilitas kinerja keuangan, di mana selama satu dekade terakhir terlihat adanya fluktuasi pada tingkat profitabilitas serta laju pertumbuhan penjualan yang sangat dipengaruhi oleh dinamika daya beli masyarakat dan kebijakan ekonomi nasional. Ketidakstabilan variabel-variabel tersebut, di tengah skala operasi atau ukuran perusahaan yang terus berekspansi, menciptakan sebuah kesenjangan (gap) antara kapasitas sumber daya yang besar dengan realisasi kinerja keuangan yang dicapai, yang secara langsung diduga memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan di pasar modal. Mengingat peran krusial profitabilitas (Return on Equity) dalam menunjukkan efektivitas manajemen, pertumbuhan penjualan sebagai indikator ekspansi pasar, serta ukuran perusahaan sebagai refleksi stabilitas operasional, maka keterkaitan ketiga variabel ini menjadi sangat penting untuk diteliti lebih mendalam guna memahami determinan utama yang menjaga stabilitas nilai perusahaan pada PT Astra International Tbk.

Salah satu indikator utama untuk melihat bagaimana perusahaan mengelola kinerja keuangannya adalah tingkat profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari setiap dana dan aset yang dikelola, sehingga menjadi sinyal penting bagi investor tentang efektivitas manajemen dalam menciptakan keuntungan. Dalam konteks PT Astra International Tbk, fluktuasi kondisi bisnis selama satu dekade terakhir menunjukkan perubahan yang cukup signifikan terhadap rasio profitabilitas perusahaan. Untuk menggambarkan kondisi tersebut secara lebih jelas, berikut disajikan perkembangan profitabilitas yang diukur melalui *Return on Equity* (ROE) selama periode 2013-2023:

Tabel 1: Profitabilitas PT Astra Internasional Tbk Periode 2013-2023

Tahun	Laba Bersih (dalam miliar rupiah)	Total Ekuitas (dalam miliar rupiah)	ROE(%)	KETERANGAN
2013	22.297	106.188	21,00	ROE pada 2013 mencapai level tertinggi di 21.00%. Asumsinya adalah kondisi ekonomi dan bisnis yang sangat mendukung, termasuk pertumbuhan industri otomotif yang kuat dan kinerja positif dari berbagai lini bisnis Astra. Kemungkinan perusahaan berhasil menjaga biaya operasional tetap rendah sementara pendapatan

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

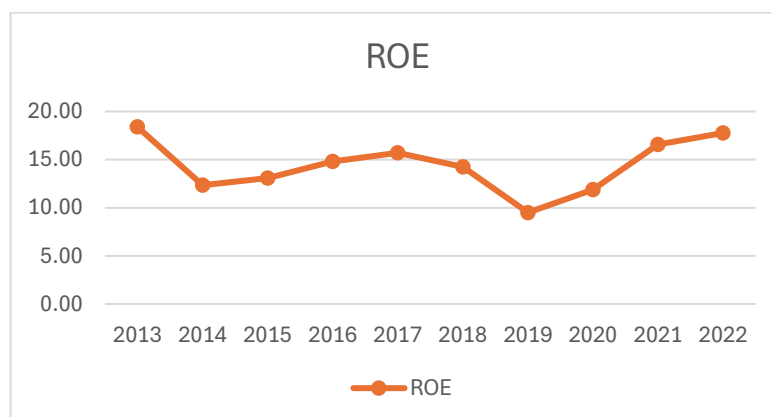
Tahun	Laba Bersih (dalam miliar rupiah)	Total Ekuitas (dalam miliar rupiah)	ROE(%)	KETERANGAN
				meningkat signifikan, sehingga menghasilkan margin keuntungan yang tinggi.
2014	22.125	120.324	18,39	Terjadi penurunan ROE menjadi 18,39%. Asumsinya adalah mulai munculnya tantangan dalam industri otomotif seperti persaingan yang semakin ketat atau peningkatan biaya produksi. Meskipun terjadi penurunan, angka ini masih menunjukkan profitabilitas yang baik relatif terhadap ekuitas pemegang saham.
2015	15.613	126.533	12,34	ROE mengalami penurunan signifikan menjadi 12,34%. Asumsinya adalah perlambatan ekonomi Indonesia yang berdampak pada daya beli konsumen, terutama untuk produk otomotif. Tekanan nilai tukar rupiah dan melemahnya harga komoditas mungkin juga memengaruhi segmen bisnis pertambangan dan perkebunan milik Astra.
2016	18.302	139.906	13,08	Terjadi sedikit pemulihan dengan ROE mencapai 13,08%. Asumsinya adalah adanya stabilisasi kondisi ekonomi dan inisiatif efisiensi internal yang mulai memberikan hasil. Perusahaan mungkin juga mulai mengadaptasi strategi bisnis untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar yang berubah.
2017	23.165	156.329	14,82	Pada 2017, ROE PT Astra International Tbk mencapai 14,82%, menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya. Asumsinya adalah perusahaan berhasil meningkatkan profitabilitas melalui perbaikan efisiensi operasional dan mungkin pertumbuhan penjualan yang lebih baik. Periode ini kemungkinan bertepatan dengan kondisi ekonomi Indonesia yang relatif stabil, sehingga mendukung

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

Tahun	Laba Bersih (dalam miliar rupiah)	Total Ekuitas (dalam miliar rupiah)	ROE(%)	KETERANGAN
				kinerja sektor otomotif dan usaha lainnya dalam portofolio Astra.
2018	27.372	174.363	15,70	ROE meningkat lagi menjadi 15,70%, menunjukkan tren positif yang berkelanjutan. Asumsinya adalah strategi bisnis yang diterapkan perusahaan mulai memberikan hasil yang signifikan, termasuk kemungkinan ekspansi bisnis atau diversifikasi yang sukses. Kenaikan ini juga mungkin didorong oleh peningkatan margin keuntungan atau penggunaan aset yang lebih efisien.
2019	26.621	186.763	14,25	ROE mengalami sedikit penurunan menjadi 14,25%. Asumsinya adalah mulai timbul tantangan ekonomi global dan domestik, mungkin termasuk ketegangan perdagangan internasional yang memengaruhi rantai pasok atau penurunan permintaan di beberapa sektor bisnis Astra.
2020	185.710	195.454	95,01	ROE turun drastis menjadi 9,50%, merupakan titik terendah dalam periode ini. Asumsinya adalah dampak pandemi COVID-19 yang sangat signifikan terhadap operasional perusahaan, termasuk penutupan sementara fasilitas produksi, penurunan penjualan otomotif dan jasa keuangan, serta gangguan pada rantai pasok global.
2021	25.586	215.615	11,87	ROE mulai pulih menjadi 11,87%. Asumsinya adalah adaptasi perusahaan terhadap kondisi "new normal" dan pelonggaran pembatasan sosial yang memungkinkan aktivitas bisnis mulai bergerak kembali. Program vaksinasi yang mulai dijalankan juga mungkin meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendukung pemulihan ekonomi.
2022	40.420	243.720	16,58	ROE meningkat signifikan menjadi 16,58%. Asumsinya adalah

Tahun	Laba Bersih (dalam miliar rupiah)	Total Ekuitas (dalam miliar rupiah)	ROE(%)	KETERANGAN
				pemulihan ekonomi yang lebih kuat, peningkatan penjualan otomotif pasca-pandemi, dan kemungkinan efisiensi operasional hasil dari transformasi bisnis selama pandemi. Perusahaan mungkin juga mendapat manfaat dari normalisasi rantai pasok global dan peningkatan harga komoditas yang mendukung segmen pertambangan dan perkebunan.
2023	44.501	250.424	17,77	ROE mencapai 17,77%, yang merupakan nilai tertinggi dalam beberapa tahun terakhir, meskipun masih di bawah level 2013. Asumsinya adalah pemulihan ekonomi pasca-pandemi yang kuat, optimalisasi struktur bisnis setelah penyesuaian selama masa pandemi, dan kemungkinan investasi strategis yang mulai memberikan hasil. Peningkatan ini mungkin juga mencerminkan kebijakan perusahaan dalam pengelolaan modal yang lebih efektif dan fokus pada segmen bisnis dengan margin tinggi.

Sumber: Laporan Keuangan PT Astra International Tbk, 2025.



Gambar 1: Return on Equity (ROE) PT Astra Internasional Tbk Periode 2013-2023

Berdasarkan analisis data *Return on Equity* (ROE) PT Astra Internasional Tbk selama periode 2013-2023, terlihat bahwa profitabilitas perusahaan mengalami fluktuasi sejalan dengan perubahan kondisi ekonomi dan industri, tetapi secara keseluruhan menunjukkan ketahanan dan kemampuan adaptasi. Pada awal periode, ROE berada pada posisi sangat kuat

pada 2013 (21,00%), kemudian menurun bertahap hingga mencapai titik terendah 12,34% pada 2015, yang merefleksikan pelemahan ekonomi nasional, penurunan daya beli, serta tekanan pada industri otomotif. Kondisi mulai membaik pada 2016-2018, ketika ROE meningkat dari 13,08% menjadi 15,70% sebagai hasil stabilitas ekonomi, perbaikan efisiensi, serta strategi adaptasi bisnis perusahaan. Fluktuasi kembali muncul pada 2019 (14,25%) di tengah ketidakpastian global, sebelum menurun drastis pada 2020 (9,50%) akibat dampak pandemi COVID-19 yang mengganggu operasional, rantai pasok, dan permintaan pasar. Pemulihan pasca-pandemi berlangsung cepat dan konsisten. ROE kembali meningkat sejak 2021 (11,87%) dan mencapai 17,77% pada 2023. Tren ini menunjukkan bahwa Astra mampu memanfaatkan momentum pemulihan ekonomi, melanjutkan transformasi bisnis, dan menerapkan efisiensi operasional secara efektif. Meski belum menyamai posisi tertinggi 2013, pola tiga tahun terakhir menggambarkan fundamental bisnis yang solid serta prospek berkelanjutan di tengah dinamika makroekonomi.

Selain kemampuan menghasilkan laba, aspek lain yang tidak kalah penting dalam menilai kinerja perusahaan adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan permintaan pasar, memperluas pangsa, serta merespon perubahan kondisi ekonomi. Perubahan tingkat penjualan dari waktu ke waktu dapat menunjukkan apakah strategi pemasaran, diversifikasi produk, maupun efisiensi operasional berjalan efektif. Untuk melihat bagaimana dinamika penjualan PT Astra International Tbk selama satu dekade terakhir, berikut ditampilkan data pertumbuhan penjualan periode 2013-2023 beserta penjelasannya:

Tabel 2: Pertumbuhan Penjualan PT Astra Internasional Tbk Periode 2013-2023

TAHUN	TOTAL PENJUALAN T (dalam miliar rupiah)	TOTAL PENJUALAN T-1 (dalam miliar rupiah)	PERTUMBUHAN PENJUALAN	KETERANGAN
2013	193.880	188.053	3,10	Pertumbuhan penjualan pada 2013 mencapai 3,10%. Pertumbuhan moderat ini kemungkinan dipengaruhi oleh kondisi ekonomi nasional yang sedang menghadapi tekanan akibat defisit transaksi berjalan. Meski tidak tinggi, angka ini menunjukkan Astra masih mampu menjaga momentum pertumbuhan positif di tengah pelemahan rupiah dan kenaikan suku bunga yang terjadi pada tahun tersebut.
2014	201.701	193.880	4,03	Pertumbuhan penjualan pada 2014 meningkat menjadi 4,03%. Kenaikan ini didukung oleh strategi diversifikasi bisnis Astra

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	TOTAL PENJUALAN T (dalam miliar rupiah)	TOTAL PENJUALAN T-1 (dalam miliar rupiah)	PERTUMBUHAN PENJUALAN	KETERANGAN
				dan penguatan segmen otomotif, meskipun tahun ini Indonesia mengalami perlambatan ekonomi. Kemungkinan Astra mendapatkan keuntungan dari peluncuran model-model baru Toyota dan Daihatsu yang mendapat sambutan positif dari konsumen.
2015	184.196	201.701	-8,68	Pertumbuhan penjualan pada 2015 anjlok drastis menjadi -8,68%. Penurunan signifikan ini disebabkan oleh pelemahan ekonomi Indonesia yang hanya tumbuh 4,8% (terendah dalam 6 tahun), ditambah melemahnya harga komoditas global yang berdampak pada bisnis alat berat Astra. Penjualan mobil nasional juga turun sekitar 16% yang sangat mempengaruhi lini bisnis otomotif perusahaan.
2016	181.084	184.196	-1,69	Pertumbuhan penjualan pada 2016 masih negatif namun membaik menjadi -1,69%. Meski belum positif, tren perbaikan ini menunjukkan strategi efisiensi dan penghematan biaya yang diterapkan Astra mulai menunjukkan hasil. Pasar otomotif juga mulai stabil dengan program insentif pajak pemerintah untuk kendaraan ramah lingkungan.
2017	206.057	181.084	13,79	Pertumbuhan penjualan pada 2017 melonjak

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	TOTAL PENJUALAN T (dalam miliar rupiah)	TOTAL PENJUALAN T-1 (dalam miliar rupiah)	PERTUMBUHAN PENJUALAN	KETERANGAN
				signifikan menjadi 13,79%. Pemulihan ini didorong oleh membaiknya harga komoditas yang menopang bisnis alat berat Astra serta penguatan di sektor otomotif dengan peluncuran beberapa model populer seperti Avanza-Xenia generasi baru. Kontribusi dari segmen jasa keuangan dan infrastruktur juga turut mendukung pertumbuhan yang kuat.
2018	239.205	206.057	16,09	Pertumbuhan penjualan pada 2018 kembali meningkat menjadi 16,09%. Pencapaian ini merupakan hasil dari kinerja yang solid di semua lini bisnis, terutama otomotif dan alat berat. Akuisisi tambang batubara oleh anak perusahaan United Tractors juga berkontribusi signifikan. Selain itu, ekspansi di sektor properti dan jasa keuangan menambah diversifikasi pendapatan Astra.
2019	237.166	239.205	-0,85	Pertumbuhan penjualan pada 2019 kembali negatif menjadi -0,85%. Penurunan ini terutama disebabkan oleh melemahnya pasar otomotif nasional akibat ketidakpastian politik menjelang dan pasca pemilu. Penjualan mobil domestik turun sekitar 10%, sementara harga batubara yang melemah

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	TOTAL PENJUALAN T (dalam miliar rupiah)	TOTAL PENJUALAN T-1 (dalam miliar rupiah)	PERTUMBUHAN PENJUALAN	KETERANGAN
				juga mempengaruhi kinerja segmen alat berat dan pertambangan.
2020	175.046	237.166	-26,19	Pertumbuhan penjualan pada 2020 terjun bebas menjadi -26,19%. Penurunan dramatik ini jelas merupakan dampak dari pandemi COVID-19 yang menyebabkan pembatasan sosial berskala besar, gangguan rantai pasok, dan penutupan dealer. Sektor otomotif mengalami pukulan terberat dengan penjualan mobil nasional turun hingga 50% di beberapa bulan. Hampir semua lini bisnis Astra terdampak signifikan.
2021	233.485	175.046	33,38	Pertumbuhan penjualan pada 2021 pulih secara spektakuler menjadi 33,38%. Peningkatan drastis ini merupakan kombinasi dari pemulihan ekonomi pasca-pandemi, insentif pajak penjualan mobil dari pemerintah, normalisasi aktivitas bisnis, dan permintaan tertunda yang terrealisasi. Kenaikan harga komoditas global juga menguntungkan bisnis alat berat dan pertambangan Astra.
2022	301.379	233.485	29,08	Pertumbuhan penjualan pada 2022 tetap kuat di level 29,08%. Meski sedikit menurun dibanding tahun sebelumnya, angka ini menunjukkan keberlanjutan momentum

TAHUN	TOTAL PENJUALAN T (dalam miliar rupiah)	TOTAL PENJUALAN T-1 (dalam miliar rupiah)	PERTUMBUHAN PENJUALAN	KETERANGAN
				pemulihan. Bisnis otomotif diuntungkan oleh kelangkaan semikonduktor global yang mulai teratasi, sementara harga komoditas yang masih tinggi mendukung kinerja segmen alat berat dan pertambangan.
2023	316.565	301.379	5,04	Pertumbuhan penjualan pada 2023 melambat signifikan menjadi 5,04%. Penurunan ini menandakan normalisasi pasar setelah dua tahun pertumbuhan tinggi pasca-pandemi. Tantangan ekonomi global, inflasi, dan kenaikan suku bunga mulai mempengaruhi daya beli konsumen. Meski demikian, Astra masih mampu mencatatkan pertumbuhan positif berkat diversifikasi bisnis dan strategi adaptasi terhadap kondisi pasar yang berubah.

Sumber: Laporan Keuangan PT Astra International Tbk, 2025.



Gambar 2: Pertumbuhan Penjualan PT Astra Internasional Tbk periode 2013-2023

Data pertumbuhan penjualan PT Astra International Tbk selama 2013-2023 menunjukkan pola yang fluktuatif tetapi mencerminkan daya tahan dan kemampuan adaptasi

perusahaan terhadap berbagai siklus ekonomi. Pada awal periode, pertumbuhan masih moderat di 2013-2014 (3,10% hingga 4,03%), sebelum mengalami kontraksi tajam pada 2015-2016, masing-masing sebesar (-8,69% dan -1,69%). Penurunan ini sejalan dengan perlambatan ekonomi nasional, lemahnya harga komoditas global, dan turunnya penjualan otomotif, yang merupakan kontributor utama pendapatan Astra. Mulai 2017-2018, perusahaan memasuki fase pemulihan yang kuat dengan pertumbuhan mencapai 13,79% dan 16,09%. Momentum positif ini didukung oleh perbaikan sektor otomotif, membaiknya harga komoditas, serta diversifikasi portofolio bisnis perusahaan. Namun, tren kembali melemah pada 2019 (-0,85%) sebelum terpuruk pada 2020 (-26,19%) akibat pandemi COVID-19 yang menyebabkan gangguan rantai pasok, pembatasan mobilitas, dan penurunan daya beli konsumen. Pemulihan pasca-pandemi berlangsung sangat kuat pada 2021-2022, di mana pertumbuhan penjualan melonjak ke level 33,38% dan tetapi tinggi pada 29,08%. Kinerja ini mencerminkan normalisasi aktivitas bisnis, realisasi permintaan tertunda, serta dukungan kebijakan pemerintah terhadap sektor otomotif. Pada 2023, pertumbuhan melambat ke 5,04%, menandakan normalisasi pasar setelah dua tahun ekspansi yang sangat tinggi, serta dampak tekanan global seperti inflasi dan kenaikan suku bunga. Meski demikian, kemampuan mempertahankan pertumbuhan positif menunjukkan ketangguhan dan efektivitas strategi diversifikasi Astra dalam menghadapi dinamika ekonomi.

Selain laba dan pertumbuhan penjualan, kinerja dan keberlangsungan perusahaan juga sangat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan kapasitas aset, skala operasi, dan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya untuk menghasilkan pendapatan. Perusahaan dengan aset yang besar umumnya memiliki fleksibilitas yang lebih baik dalam menghadapi risiko serta peluang ekspansi. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset yang dinyatakan dalam logaritma natural. Untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan skala bisnis PT Astra International Tbk, berikut disajikan data *Firm Size* periode 2013-2023:

Tabel 3: Ukuran Perusahaan PT Astra Internasional Tbk Periode 2013-2023

TAHUN	TOTAL ASET (dalam miliar rupiah)	UK PERUSAHAAN	KETERANGAN
2013	213.994	33,00	Pada 2013, ukuran perusahaan Astra berada pada 32,9970. Angka ini menunjukkan total aset perusahaan yang cukup besar untuk perusahaan konglomerasi di Indonesia. Asumsinya saat ini Astra sedang dalam kondisi yang stabil dengan portofolio bisnisnya yang beragam terutama di sektor otomotif yang masih mendominasi pendapatan perusahaan.
2014	236.029	33,09	Pada 2014, ukuran perusahaan meningkat menjadi 33,09, bertambah sekitar 0,098 poin dari tahun sebelumnya. Peningkatan ini kemungkinan disebabkan oleh ekspansi bisnis Astra di berbagai sektor, terutama otomotif dan jasa keuangan. Asumsinya perusahaan melakukan investasi baru atau akuisisi aset yang menambah nilai total aset mereka dalam kondisi ekonomi Indonesia yang masih tumbuh positif.

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

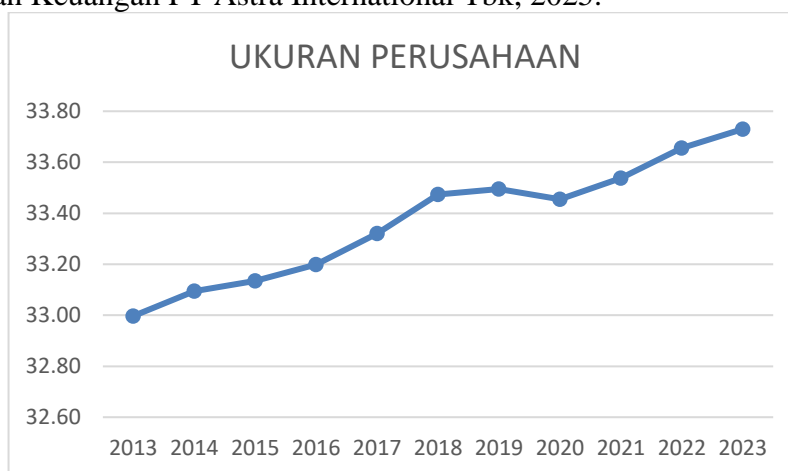
TAHUN	TOTAL ASET (dalam miliar rupiah)	UK PERUSAHAAN	KETERANGAN
2015	245.435	33,13	Pada 2015, ukuran perusahaan meningkat menjadi 33,13, naik 0,04 poin. Kenaikan yang lebih kecil dibandingkan tahun sebelumnya ini kemungkinan disebabkan oleh perlambatan ekonomi Indonesia dan melemahnya nilai tukar rupiah yang mempengaruhi daya beli konsumen. Astra mungkin lebih berhati-hati dalam ekspansi dan fokus pada efisiensi operasional untuk mempertahankan pertumbuhan positif di tengah kondisi yang kurang menguntungkan.
2016	261.855	33,20	Pada 2016, ukuran perusahaan mencapai 33,20, naik 0,07 poin. Peningkatan lebih besar dari tahun sebelumnya ini menunjukkan pemulihan kondisi bisnis Astra. Asumsinya adalah Astra mulai kembali aktif berinvestasi dan memperluas operasi bisnisnya seiring dengan stabilisasi ekonomi dan meningkatnya permintaan pasar, khususnya di sektor otomotif yang mulai pulih.
2017	295.646	33,32	Pada 2017, ukuran perusahaan meningkat signifikan menjadi 33,32, naik 0,12 poin. Kenaikan yang cukup besar ini kemungkinan disebabkan oleh akuisisi strategis atau ekspansi besar-besaran yang dilakukan Astra. Asumsinya perusahaan memanfaatkan momentum pertumbuhan ekonomi Indonesia untuk memperkuat posisinya di berbagai sektor bisnis, termasuk infrastruktur dan properti yang mulai menjadi fokus baru.
2018	344.711	33,47	Pada 2018, ukuran perusahaan mencapai 33,47, naik 0,15 poin. Kenaikan yang sangat signifikan ini menunjukkan tahun yang sangat produktif bagi Astra. Asumsinya adalah perusahaan berhasil memanfaatkan peluang bisnis baru, melakukan akuisisi strategis, dan mengembangkan lini bisnis yang ada dengan sangat baik, didukung oleh kondisi pasar yang kondusif dan manajemen yang efektif.
2019	351.958	33,49	Pada 2019, ukuran perusahaan meningkat menjadi 33,49, naik 0,02 poin. Kenaikan

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	TOTAL ASET (dalam miliar rupiah)	UK PERUSAHAAN	KETERANGAN
			yang jauh lebih kecil dibanding tahun sebelumnya ini kemungkinan disebabkan oleh mulai menurunnya pertumbuhan ekonomi global dan ketidakpastian politik dalam negeri. Asumsinya Astra lebih fokus pada konsolidasi dan efisiensi setelah periode ekspansi agresif sebelumnya.
2020	338.203	33,45	Pada 2020, ukuran perusahaan turun menjadi 33,45, berkurang 0,04 poin. Penurunan ini jelas disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19 yang memukul hampir semua lini bisnis Astra, terutama sektor otomotif dan jasa keuangan. Pembatasan mobilitas dan penurunan daya beli masyarakat menyebabkan penurunan pendapatan dan valuasi aset, yang berdampak pada ukuran perusahaan secara keseluruhan.
2021	367.311	33,54	Pada 2021, ukuran perusahaan kembali meningkat menjadi 33,54, naik 0,09 poin. Pemulihan yang signifikan ini menunjukkan adaptasi bisnis yang efektif terhadap kondisi pandemi. Asumsinya adalah Astra berhasil melakukan transformasi digital, menyesuaikan strategi bisnis, dan memanfaatkan peluang baru yang muncul seiring dengan pelonggaran pembatasan dan pemulihan ekonomi nasional.
2022	413.297	33,66	Pada 2022, ukuran perusahaan meningkat menjadi 33,65, naik 0,12 poin. Kenaikan yang lebih besar dari tahun sebelumnya ini kemungkinan disebabkan oleh pemulihan ekonomi yang lebih kuat pasca-pandemi. Asumsinya adalah permintaan yang tertunda selama pandemi mulai tersalurkan, industri otomotif mengalami pemulihan signifikan, dan bisnis-bisnis Astra di berbagai sektor kembali tumbuh dengan kuat.
2023	213.994	33,73	Pada 2023, ukuran perusahaan mencapai level tertinggi di 33,73, naik 0,07 poin. Peningkatan ini menunjukkan bahwa Astra terus tumbuh dan berkembang. Asumsinya adalah perusahaan berhasil memanfaatkan momentum pemulihan ekonomi dengan

TAHUN	TOTAL ASET (dalam miliar rupiah)	UK PERUSAHAAN	KETERANGAN
			sangat baik, melanjutkan diversifikasi bisnis, dan mungkin melakukan akuisisi strategis baru yang meningkatkan ukuran total aset perusahaan. Kondisi ekonomi yang lebih stabil dan pertumbuhan di berbagai sektor bisnis inti Astra berkontribusi pada pencapaian ukuran perusahaan yang maksimal ini.

Sumber: Laporan Keuangan PT Astra International Tbk, 2025.



Gambar 3: Ukuran Perusahaan PT Astra Internasional Tbk Periode 2013-2023

Ukuran perusahaan PT Astra International Tbk selama 2013-2023 juga menunjukkan tren pertumbuhan yang stabil, mencerminkan ekspansi bisnis dan penguatan aset perusahaan. Dimulai pada level 33,00 pada 2013, ukuran perusahaan meningkat secara konsisten hingga 2019 (33,49), dipengaruhi oleh investasi, akuisisi, dan pengembangan berkelanjutan pada sektor-sektor inti seperti otomotif, jasa keuangan, alat berat, dan infrastruktur. Periode 2017-2018 menjadi salah satu fase peningkatan paling signifikan, ketika aset naik cukup tajam dari 33,32 menjadi 33,47. Kenaikan ini mencerminkan momentum di berbagai lini bisnis strategis. Penurunan hanya terjadi pada 2020 (33,45) akibat dampak pandemi yang melemahkan aktivitas operasional dan pasar, tetapi pemulihan berlangsung cepat pada tahun berikutnya. Sejak 2021, ukuran perusahaan kembali meningkat dan melampaui level pra-pandemi, hingga mencapai titik tertinggi 33,73 pada 2023. Tren ini mengindikasikan bahwa Astra mampu menyesuaikan model bisnisnya dengan kondisi pasar, memanfaatkan peluang pemulihan ekonomi, serta mempertahankan strategi diversifikasi aset yang efektif. Secara keseluruhan, pertumbuhan ukuran perusahaan dalam satu dekade ini menunjukkan fundamental bisnis yang kuat dan kemampuan ekspansi yang berkelanjutan di tengah perubahan lingkungan ekonomi.

Selain kinerja operasional yang tercermin dari profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran aset, aspek yang sangat menentukan persepsi pasar terhadap perusahaan adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan menunjukkan bagaimana pasar menilai prospek jangka panjang, kemampuan menghasilkan keuntungan, serta tingkat kepercayaan investor terhadap strategi manajemen. Ukuran yang umum digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV), karena indikator ini mampu membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Pergerakan PBV mencerminkan respons investor terhadap perubahan kinerja, kondisi ekonomi, maupun dinamika industri. Untuk menggambarkan

bagaimana pasar menilai PT Astra International Tbk dalam satu dekade terakhir, berikut disajikan data perkembangan PBV selama periode 2013-2023.

Tabel 4: Nilai Perusahaan PT Astra Internasional Tbk Periode 2013-2023

TAHUN	HARGA PERLEMBARAN SAHAM	TOTAL EKUITAS (dalam miliar rupiah)	JUMLAH SAHAM BEREDAR	NILAI BUKU PERLEMBARAN	PBV	KETERANGAN
2013	6.800	106.188	40.483.553.140	2.623	2,59	PBV tahun 2013 mencapai level tertinggi di 2,59. Tingginya nilai PBV ini menunjukkan kepercayaan investor yang sangat besar terhadap prospek perusahaan. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang masih kuat saat itu dan ekspansi pasar otomotif domestik mendorong valuasi pasar Astra jauh di atas nilai bukunya. Investor bersedia membayar premium tinggi untuk saham Astra karena ekspektasi pertumbuhan laba yang signifikan di masa depan.
2014	7.425	120.324	40.483.553.140	2.972	2,50	PBV tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 2,50. Penurunan sebesar 3,64% ini kemungkinan disebabkan oleh

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	HARGA PERLEMBARAN SAHAM	TOTAL EKUITAS (dalam miliar rupiah)	JUMLAH SAHAM BEREDAR	NILAI BUKU PERLEMBARAN	PBV	KETERANGAN
						mulai terjadi perlambatan ekonomi Indonesia dan persaingan yang semakin ketat di industri otomotif. Meskipun terjadi penurunan, nilai PBV yang masih tinggi menunjukkan bahwa investor tetap optimis terhadap prospek jangka panjang Astra.
2015	6.000	126.533	40.483.553.140	3.126	1,92	PBV tahun 2015 turun signifikan menjadi 1,92. Penurunan tajam sebesar 23,16% ini terjadi seiring dengan melambatnya ekonomi Indonesia secara lebih lanjut dan melemahnya harga komoditas global yang berdampak pada beberapa lini bisnis Astra, khususnya alat berat dan pertambangan. Investor mulai menilai kembali prospek pertumbuhan perusahaan di

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	HARGA PERLEMBARAN SAHAM	TOTAL EKUITAS (dalam miliar rupiah)	JUMLAH SAHAM BEREDAR	NILAI BUKU PERLEMBARAN	PBV	KETERANGAN
						tengah kondisi ekonomi yang lebih menantang.
2016	8.275	139.906	40.483.553.140	3.456	2,39	PBV tahun 2016 mengalami pemulihan menjadi 2,39. Kenaikan sebesar 24,73% ini mencerminkan kembalinya kepercayaan investor seiring dengan strategi diversifikasi bisnis Astra yang mulai menunjukkan hasil positif. Stabilisasi ekonomi Indonesia dan pemulihan harga komoditas global juga berkontribusi pada peningkatan valuasi pasar perusahaan.
2017	8.300	156.329	40.483.553.140	3.862	2,15	PBV tahun 2017 turun menjadi 2,15. Penurunan sebesar 10,24% ini terjadi meskipun kinerja operasional perusahaan relatif stabil. Investor

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	HARGA PERLEMBARAN SAHAM	TOTAL EKUITAS (dalam miliar rupiah)	JUMLAH SAHAM BEREDAR	NILAI BUKU PERLEMBARAN	PBV	KETERANGAN
						mungkin mulai mengantisipasi tantangan jangka panjang yang dihadapi Astra, terutama di sektor otomotif yang merupakan bisnis inti perusahaan, termasuk perubahan pola konsumsi dan tren digitalisasi industri.
2018	8.225	174.363	40.483.553.140	4.307	1,91	PBV tahun 2018 kembali turun menjadi 1,91. Penurunan sebesar 11,15% ini mencerminkan kekhawatiran investor tentang prospek bisnis tradisional Astra di tengah tren elektrifikasi kendaraan dan perubahan lanskap industri otomotif global. Persaingan yang semakin ketat di pasar domestik juga menekan margin dan pertumbuhan perusahaan.
2019	6.925	186.763	40.483.553.140	4.613	1,50	PBV tahun 2019 turun signifikan menjadi 1,50. Penurunan tajam

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	HARGA PERLEMBARAN SAHAM	TOTAL EKUITAS (dalam miliar rupiah)	JUMLAH SAHAM BEREDAR	NILAI BUKU PERLEMBARAN	PBV	KETERANGAN
						sebesar 21,40% ini mencerminkan dampak perlambatan ekonomi global dan ketegangan perdagangan internasional terhadap bisnis Astra. Penjualan otomotif domestik yang melemah dan tekanan pada harga komoditas berkontribusi pada penurunan valuasi pasar perusahaan.
2020	6.425	195.454	40.483.553.140	4.828	1,33	PBV tahun 2020 turun menjadi 1,33. Penurunan sebesar 11,35% ini jelas mencerminkan dampak pandemi COVID-19 yang menghantam berbagai lini bisnis Astra. Pembatasan mobilitas dan penutupan sementara fasilitas produksi berdampak signifikan pada kinerja operasional dan finansial perusahaan, menyebabkan

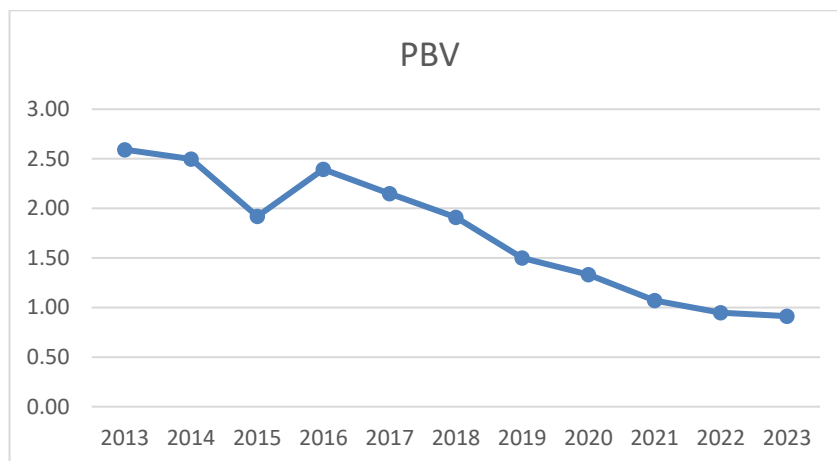
PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	HARGA PERLEMBARAN SAHAM	TOTAL EKUITAS (dalam miliar rupiah)	JUMLAH SAHAM BEREDAR	NILAI BUKU PERLEMBARAN	PBV	KETERANGAN
						investor menurunkan ekspektasi pertumbuhan.
2021	5.700	215.615	40.483.553.140	5.326	1,07	PBV tahun 2021 turun menjadi 1,07. Penurunan sebesar 19,58% ini terjadi meskipun ekonomi mulai pulih dari pandemi. Investor tampaknya masih khawatir tentang kecepatan pemulihan bisnis Astra dan tantangan struktural yang dihadapi perusahaan, termasuk transformasi digital dan elektrifikasi industri otomotif.
2022	5.700	243.720	40.483.553.140	6.020	0,95	PBV tahun 2022 turun menjadi 0,95. Penurunan sebesar 11,53% ini kemungkinan disebabkan oleh kekhawatiran akan resesi global, inflasi tinggi, dan gangguan rantai pasokan yang memengaruhi

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT ASTRA INTERNATIONAL TBK PERIODE 2013-2023 | Ika Dian Fitriani, Masno Marjohan

TAHUN	HARGA PERLEMBARAN SAHAM	TOTAL EKUITAS (dalam miliar rupiah)	JUMLAH SAHAM BEREDAR	NILAI BUKU PERLEMBARAN	PBV	KETERANGAN
						operasi Astra. Investor semakin berhati-hati dalam menilai prospek perusahaan di tengah ketidakpastian ekonomi.
2023	5.650	250.424	40.483.553.140	6.186	0,91	PBV tahun 2023 mencapai level terendah di 0,91. Penurunan sebesar 3,53% ini melanjutkan tren penurunan jangka panjang nilai PBV Astra. Meskipun penurunannya lebih moderat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, investor tampaknya masih mempertanyakan kemampuan Astra untuk beradaptasi dengan perubahan fundamental dalam industri otomotif dan tantangan digitalisasi di berbagai sektor bisnis.

Sumber: Laporan Keuangan PT Astra International Tbk, 2025.



Gambar 4: Price to Book Value (PBV) PT Astra Internasional Tbk Periode 2013-2023

Berdasarkan data *Price to Book Value* (PBV) PT Astra Internasional Tbk periode 2013-2023, terlihat bahwa valuasi pasar perusahaan mengalami tren penurunan jangka panjang, meskipun profitabilitas dan penjualan menunjukkan pemulihan pasca-pandemi. Dari posisi tertinggi pada 2013 (2,59), PBV terus melemah hingga mencapai titik terendah pada 2023 (0,91). Penurunan awal pada 2013-2015 sejalan dengan perlambatan ekonomi dan tekanan pada lini bisnis utama, sementara pemulihan singkat pada 2016 mencerminkan kembalinya kepercayaan investor setelah kondisi makro dan operasional mulai stabil. Namun, setelah 2017, PBV kembali menurun secara konsisten meskipun beberapa indikator keuangan membaik. Penurunan signifikan pada 2019 dan 2021 menunjukkan meningkatnya kekhawatiran pasar terhadap prospek jangka panjang, khususnya terkait perubahan industri otomotif, kompetisi, serta digitalisasi. Dampak pandemi pada 2020 turut memperdalam tren penurunan, dan menariknya, ketika penjualan dan ROE mulai pulih setelah 2021, PBV justru tetap melemah. Hal ini menunjukkan bahwa pemulihan kinerja operasional belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi peningkatan persepsi pasar. Moderasi penurunan pada 2022-2023 mengindikasikan kemungkinan stabilisasi ekspektasi investor, meskipun pada tingkat valuasi yang lebih rendah dibandingkan satu dekade sebelumnya. Secara keseluruhan, evolusi PBV dalam periode ini mencerminkan proses penilaian ulang pasar terhadap model bisnis perusahaan di era kompetisi baru dan transformasi industri, sehingga menunjukkan perlunya inovasi dan penyesuaian strategi untuk mengembalikan kepercayaan investor.

Pemahaman mendalam mengenai interaksi antara ketiga variabel tersebut terhadap nilai perusahaan menjadi esensial, terutama dalam konteks periode 2013-2023 yang penuh dengan turbulensi ekonomi. Rentang waktu ini mencakup berbagai peristiwa signifikan seperti perlambatan ekonomi global, fluktuasi harga komoditas, transformasi digital dalam industri otomotif, serta gejolak akibat pandemi COVID-19 yang mengubah lanskap bisnis secara fundamental. Kondisi-kondisi tersebut telah menciptakan dinamika yang unik dalam pola pertumbuhan dan profitabilitas Astra International, yang pada gilirannya berdampak pada valuasi perusahaan di pasar modal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas (ROE), pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (PBV) PT Astra International Tbk selama periode 2013-2023. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan keuangan yang tepat, membantu investor dalam membuat keputusan investasi yang lebih rasional, serta memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan literatur manajemen keuangan khususnya mengenai determinan nilai perusahaan di sektor konglomerasi Indonesia.

Hal ini ditegaskan oleh (Buono Aji Santoso & Irawati Junaeni, 2024), yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti profitabilitas, *leverage*,

dan ukuran perusahaan. Selain itu, (Anggraini & Agustiningsih, 2022) juga menemukan bahwa pertumbuhan penjualan turut berkontribusi dalam menentukan nilai suatu perusahaan, terutama di sektor-sektor yang memiliki persaingan ketat. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, nilai perusahaan dianggap penting karena memberikan gambaran tentang seberapa efektif manajemen dalam menggunakan sumber daya perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45 untuk menghasilkan keuntungan dan pertumbuhan.

Nilai perusahaan, sebagai indikator utama daya tarik bagi investor dan reputasi yang menyeluruh, telah menjadi fokus berbagai penelitian terdahulu yang membahas faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian sebelumnya oleh (Buono Aji Santoso & Irawati Junaeni, 2024) menyoroti bagaimana profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, likuiditas, dan pertumbuhan perusahaan memainkan peran penting dalam menentukan nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini & Agustiningsih, 2022), yang juga menemukan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, (Egga Silvia & Andriyani Hapsari, 2024) menekankan relevansi solvabilitas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga menunjukkan keanekaragaman variabel yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan dan strategis perusahaan dalam pasar modal. Selanjutnya, studi oleh (Gusti nyoman sintya adnyani et al., 2020) menekankan pentingnya pertumbuhan penjualan selain ukuran perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan, sejalan dengan pandangan global mengenai pentingnya aspek-aspek terkait strategi bisnis. Dengan dasar pengetahuan yang luas ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun ada konsistensi dalam variabel-variabel tertentu yang mempengaruhi nilai perusahaan, setiap studi menghadirkan perspektif baru dan unik, menunjukkan kompleksitas dan dinamika pasar yang berbeda.

Lebih lanjut, perbedaan temuan antara studi-studi ini memberikan wawasan tambahan terkait faktor spesifik yang mungkin lebih relevan di berbagai konteks atau periode waktu. Misalnya, (Firmike Lidyatami Radja & Luh Gede Sri Artini, 2020) berfokus pada pengaruh *leverage* selain ukuran perusahaan dan profitabilitas, yang menyoroti aspek manajemen risiko sebagai faktor penentu dalam nilai perusahaan. Selain itu, studi oleh (Dini Aulia & Nia Kurniasari 2022) menjadi sangat relevan dengan mengkaji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan khususnya dalam konteks PT Astra International Tbk, menunjukkan fokus yang lebih mendalam dalam menganalisis perusahaan sekelas Astra. Dalam penekanan ini pada perusahaan besar seperti Astra, penting untuk memahami bahwa setiap temuan studi di masa lalu dapat menawarkan pandangan yang lebih terarah terhadap strategi keuangan dan investasi. Meskipun studi-studi ini saling melengkapi dalam memahami bagaimana variabel-variabel tertentu mempengaruhi nilai perusahaan, penelitian saat ini berupaya untuk memperdalam analisis dengan memasukkan periode waktu yang lebih panjang dan fokus pada praktik-praktik perusahaan kontemporer. Dengan demikian, penelitian ini bercita-cita untuk memastikan bahwa pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat dipahami dengan lebih akurat dan relevan, menawarkan kontribusi baru dalam literatur manajemen keuangan.

Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menjadi fokus utama dalam analisis keuangan kontemporer, terlebih ketika mempertimbangkan konteks PT Astra International Tbk dalam periode 2013-2023. Profitabilitas, diukur melalui rasio-rasio keuangan seperti margin laba bersih dan *return on equity*, mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap unit penjualan, yang pada gilirannya berperan penting dalam menentukan daya tarik investasi serta meningkatkan estimasi nilai perusahaan di pasar saham. Pertumbuhan penjualan, di sisi lain, menjadi indikator vital bagi evaluasi keberlanjutan bisnis di masa depan, di mana kenaikan penjualan yang konsisten dapat menandakan ekspansi pangsa pasar dan peningkatan

penerimaan laba, yang keduanya berkontribusi terhadap persepsi positif terhadap nilai perusahaan; indikator yang sangat diperhatikan oleh investor dalam menilai potensi masa depan keuangan PT Astra. Ukuran perusahaan sendiri, sering kali diukur melalui kapitalisasi pasar atau total aset, memberikan gambaran tentang kapasitas operasional dan stabilitas keuangan, dimana perusahaan dengan ukuran yang lebih besar sering kali memiliki kemampuan mitigasi risiko yang lebih baik serta daya saing yang lebih kuat dalam industri. Dengan memahami interaksi antara profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan ini secara mendetail, penelitian ini berupaya untuk memberikan landasan yang lebih solid bagi pengambilan keputusan strategis yang dapat meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan di pasar yang dinamis.

Dinamika kompleks antara variabel profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada PT Astra International Tbk periode 2013-2023 ini menimbulkan urgensi untuk mengkaji secara mendalam bagaimana interaksi antar variabel fundamental tersebut dalam mempengaruhi persepsi dan penilaian pasar. Kesenjangan antara fundamental operasional yang menunjukkan pemulihan dengan valuasi pasar yang terus menurun menimbulkan paradoks menarik untuk diteliti, mengingat Astra sebagai salah satu perusahaan blue chip terbesar di Indonesia yang kinerja sahamnya sering dijadikan barometer kesehatan pasar modal domestik. Penelitian ini menjadi semakin relevan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan memberikan implikasi signifikan bagi investor, regulator, dan stakeholder lainnya dalam pengambilan keputusan investasi dan kebijakan di era transformasi ekonomi digital.

Metode

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2020:8) berpendapat “penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini merupakan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh antara *Profitabilitas*, *Pertumbuhan Penjualan* dan *Ukuran Perusahaan* terhadap *Nilai Perusahaan* pada PT Astra International Tbk Periode 2013-2023. Populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah **10 tahun** laporan keuangan PT Astra International Tbk yang dibuat dalam bentuk data panel, pengumpulan data menggunakan data primer. Adapun analisa data yang dilakukan meliputi; analisis deskriptif, uji asumsiklasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui besarnya persentase minimum dan maksimum, persentase rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut;

Tabel 5: Hasil Analisis Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
ROE	11	9.50	21.00	15.0273	3.30979
SALES GROWTH	11	-.26.19	33.38	6.1000	16.78006
FIRM SIZE	11	12.27	13.01	12.6482	.24003

PBV	11	.91	2.59	1.7473	.62762
Valid N (listwise)	11				

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dengan 11 observasi dan empat variabel dapat diuraikan sebagai berikut:

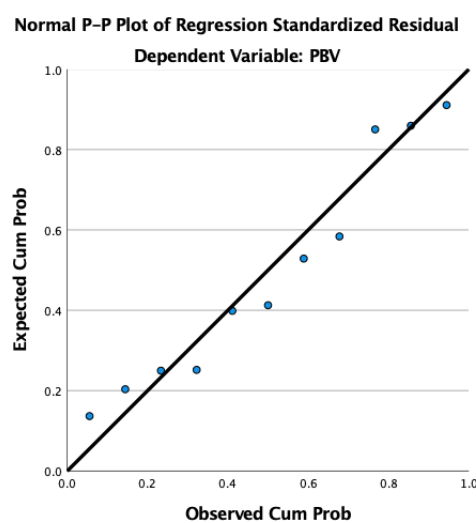
- Variabel *Profitabilitas* (ROE) mempunyai nilai *mean* sebesar 15,0273 dengan nilai *maximum* sebesar 21,00 dan nilai *minimum* sebesar 9,50 serta memiliki standar deviasi sebesar 3,30979.
- Variabel *Pertumbuhan Penjualan* (SALES GROWTH) mempunyai nilai *mean* sebesar 6,1000 dengan nilai *maximum* sebesar 33,38 dan nilai *minimum* sebesar -26,19 serta memiliki standar deviasi sebesar 16,78006.
- Variabel *Ukuran Perusahaan* (FIRM SIZE) mempunyai nilai *mean* sebesar 12,6482 dengan nilai *maximum* sebesar 13,01 dan nilai *minimum* sebesar 12,27 serta memiliki standar deviasi sebesar 0,24003.
- Variabel *Nilai Perusahaan* (PBV) mempunyai nilai *mean* sebesar 1,7473 dengan nilai *maximum* sebesar 2,59 dan nilai *minimum* sebesar 0,91 serta memiliki standar deviasi sebesar 0,62762.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Adapun alat yang digunakan untuk mengolah data yaitu menggunakan program SPSS 26.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas untuk setiap variabel dilakukan dengan menggunakan grafik Probability Plot (P-P Plot) yang pada intinya melihat titik-titik sebaran data. Data variabel dikatakan terdistribusi normal jika data atau titik menyebar berada pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sebaliknya data dikatakan tidak terdistribusi normal jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti garis diagonal. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:

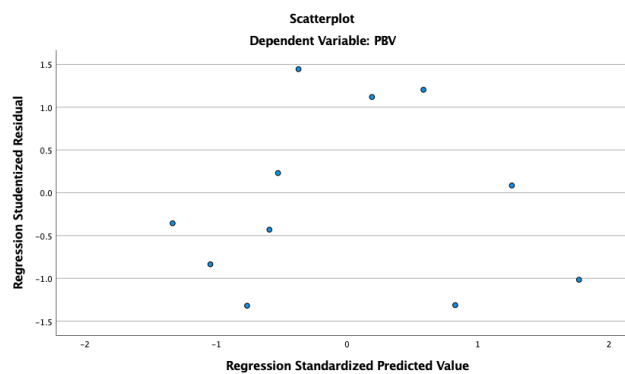


Sumber: Pengolahan Data, 2025
Gambar 5: P-Plot Uji Normalitas

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal. Dari hasil uji normalitas (normal probability plot) di atas dapat dilihat bahwa titik-titik atau data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal. Demikian model persamaan regresi memenuhi asumsi normalitas. Grafik normal probability plot menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar mengikuti dan mendekati garis diagonal, yang mengindikasikan bahwa residual terdistribusi normal. Pola sebaran data yang tidak menyimpang jauh dari garis diagonal menunjukkan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi. Dengan demikian, data penelitian layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data, 2025

Gambar 6: Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar *scatterplot* di atas, dapat dilihat bahwa tidak membentuk sebuah pola yang jelas dan titik-titik menyebar secara acak. Selain itu, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Grafik *scatterplot* menunjukkan sebaran titik-titik residual yang tidak membentuk pola tertentu seperti pola linear, kuadratik, atau pola lainnya. Titik-titik tersebar secara random baik di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y (*regression studentized residual*), yang mengindikasikan bahwa varians residual bersifat homogen atau konstan. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas dalam model regresi telah terpenuhi dan model layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara *Profitabilitas* (ROE) (X_1), *Pertumbuhan Penjualan* (*Sales Growth*) (X_2) dan *Ukuran Perusahaan* (*Firm Size*) (X_3) terhadap *Nilai Perusahaan* (PBV) (Y) dapat dilakukan dengan uji t (uji parsial). Adapun ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh)

Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel *Profitabilitas* (ROE) (X_1)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Profitabilitas (ROE)* terhadap *Nilai Perusahaan (PBV)* PT Astra International Tbk Periode 2013-2023.

H_{a1} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Profitabilitas (ROE)* terhadap *Nilai Perusahaan (PBV)* PT Astra International Tbk Periode 2013-2023.

Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel *Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth)* (X₂)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth)* terhadap *Nilai Perusahaan (PBV)* PT Astra International Tbk Periode 2013-2023.

H_{a2} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth)* terhadap *Nilai Perusahaan (PBV)* PT Astra International Tbk Periode 2013-2023.

Uji Hipotesis Parsial Untuk Variabel *Ukuran Perusahaan (Firm Size)* (X₃)

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini adalah :

H₀₃ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Ukuran Perusahaan (Firm Size)* terhadap *Nilai Perusahaan (PBV)* PT Astra International Tbk Periode 2013-2023.

H_{a3} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Ukuran Perusahaan (Firm Size)* terhadap *Nilai Perusahaan (PBV)* PT Astra International Tbk Periode 2013-2023.

Adapun hasil pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 26, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6: Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	30.861	5.556		5.554	.001		
ROE	.025	.030	.133	.831	.433	.788	1.270
SALES GROWTH	.000	.006	.012	.075	.942	.726	1.378
FIRM SIZE	-2.332	.426	-.892	-5.473	.001	.757	1.321

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Pengolahan Data, 2025

B

Berdasarkan hasil output SPSS Versi 27 pada tabel di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengaruh Profitabilitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Profitabilitas (ROE) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,831 sedangkan dengan tingkat signifikan 0,05 dan (df) = n-k-1 = 11-3-1 = 7, t-tabel sebesar 4,35 maka t-hitung 0,831 lebih kecil dari (<) 4,35 t-tabel. Nilai signifikansi pada Profitabilitas (ROE) 0,433 lebih besar dari (>) 0,05 maka disimpulkan H₁ ditolak artinya bahwa secara parsial variabel Profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra International Tbk periode 2013-2023.

b. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (SALES GROWTH) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Pertumbuhan Penjualan (SALES GROWTH) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,075 sedangkan dengan tingkat signifikan 0,05 dan (df) = n-k-1 = 11-3-1 = 7, t-tabel sebesar 4,35 maka t-hitung 0,075 lebih kecil dari (<) 4,35 t-tabel. Nilai signifikansi pada Pertumbuhan Penjualan (SALES GROWTH) 0,942 lebih besar dari (>) 0,05 maka dapat diartikan H₂ ditolak artinya bahwa secara parsial variabel Pertumbuhan Penjualan (SALES GROWTH) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra International Tbk

periode 2013-2023.

c. Pengaruh Ukuran Perusahaan (FIRM SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Ukuran Perusahaan (FIRM SIZE) memiliki nilai t-hitung sebesar -5,473 sedangkan dengan tingkat signifikan 0,05 dan $(df) = n - k - 1 = 11 - 3 - 1 = 7$, t-tabel sebesar 4,35 maka t-hitung $|-5,473|$ lebih besar dari $(>)$ 4,35 t-tabel. Nilai signifikansi pada Ukuran Perusahaan (FIRM SIZE) 0,001 lebih kecil dari $(<)$ 0,05 maka disimpulkan H3 diterima artinya bahwa secara parsial variabel Ukuran Perusahaan (FIRM SIZE) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra International Tbk periode 2013-2023.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F statistik adalah uji secara bersama-sama seluruh variabel independen nya (*Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan*) terhadap variabel dependennya (*Nilai Perusahaan*). Perhitungan statistik F dari ANOVA dilakukan dengan membandingkan nilai kritis yang diperoleh dari tabel distribusi F pada tingkat signifikan tertentu. Adapun rumusan hipotesis yang dibuat sebagai berikut:

H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Profitabilitas (ROE, Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) dan Ukuran Perusahaan (Firm Size)* secara simultan terhadap *Nilai Perusahaan (PBV) PT Astra International Tbk Periode 2013-2023*.

H_{a4} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Profitabilitas (ROE, Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) dan Ukuran Perusahaan (Firm Size)* secara simultan terhadap *Nilai Perusahaan (PBV) PT Astra International Tbk Periode 2013-2023*.

Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan F-hitung dengan F-tabel dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H₀ diterima dan H_a ditolak

2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H₀ ditolak dan H_a diterima

Rumus untuk mencari nilai F tabel yaitu:

$(df = k - 1) = df_1 = 3 - 1 = 2$ dan $(df_2 = n - k) = 11 - 3 = 7$

Maka dengan signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh F_{tabel} dari 7 = 4,35 dari tabel statistik. Berikut adalah hasil uji ANOVA atau uji F:

Tabel 7: Hasil Uji Simultan (Uji F) Antara Profitabilitas (X₁) Pertumbuhan Penjualan (X₂) Dan Ukuran Perusahaan (X₃) Terhadap Nilai Perusahaan (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.385	3	1.128	14.247	.002 ^b
	Residual	.554	7	.079		
	Total	3.939	10			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), FIRM SIZE, ROE, SALES GROTH

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.11, diperoleh nilai F_{hitung} = 14,247 > F_{tabel} = 4,35 (dengan df₁ = 3, df₂ = 7, α = 0,05) dengan nilai signifikan 0,002 < 0,05 maka H₄ diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (ROE), Pertumbuhan Penjualan (SALES GROWTH), dan Ukuran Perusahaan (FIRM SIZE) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) PT Astra International Tbk Periode 2013-2023.

Pembahasan

Setelah diketahui hasil temuan dalam hal ini kemudian di analisis seberapa baik data tersebut mempresentasikan hasil penelitian yang diangkat, terutama kemampuan dalam menjelaskan seberapa baik *Profitabilitas*, *Pertumbuhan Penjualan* dan *Ukuran Perusahaan* terhadap *Nilai Perusahaan*. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan hasil-hasil dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pengaruh *Profitabilitas* (X₁) Terhadap *Nilai Perusahaan* (Y)

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel Profitabilitas (ROE) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,831. Dengan tingkat signifikansi 0,05 dan $(df) = n-k-1 = 11-3-1 = 7$, t-tabel sebesar 2,365. Maka, 0,831 lebih kecil dari ($<$) 2,365. Nilai signifikansi pada Profitabilitas (ROE) sebesar 0,433, yang lebih besar dari ($>$) 0,05. Dengan demikian, disimpulkan bahwa H1 ditolak, yang berarti secara parsial variabel Profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra International Tbk periode 2013-2023. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan PT Astra International Tbk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasanah dan Arifin (2020) yang menemukan bahwa ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Nurhayati (2019) yang menemukan pengaruh positif signifikan ROE terhadap PBV. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dapat bervariasi tergantung pada karakteristik perusahaan, sektor industri, dan kondisi pasar.

Pengaruh *Pertumbuhan Penjualan* (X₂) Terhadap *Nilai Perusahaan* (Y)

Pertumbuhan Penjualan (SALES GROWTH) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,075. Dengan tingkat signifikansi 0,05 dan $df = n-k-1 = 11-3-1 = 7$, nilai t-tabel sebesar 2,365. Maka, t-hitung 0,075 lebih kecil dari ($<$) t-tabel 2,365. Nilai signifikansi pada Pertumbuhan Penjualan (SALES GROWTH) sebesar 0,942, yang lebih besar dari ($>$) 0,05. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa H2 ditolak, yang berarti secara parsial variabel Pertumbuhan Penjualan (SALES GROWTH) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra International Tbk periode 2013-2023. Tidak signifikannya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada PT Astra International Tbk dapat dikaji dari beberapa sudut pandang. Pertama, pertumbuhan penjualan yang tinggi tidak selalu diikuti dengan peningkatan profitabilitas atau efisiensi operasional.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rosalia et al. (2022) dan penelitian Rama et al. (2024) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Widiastuti dan Sulistyowati (2023) pada sub sektor wadah dan kemasan juga menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian Pantow et al. (2015) dan Azizah (2022) yang menemukan pengaruh positif signifikan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan bersifat kontekstual dan dapat berbeda antar perusahaan atau industri.

Pengaruh *Ukuran Perusahaan* (X₃) Terhadap *Nilai Perusahaan* (Y)

Ukuran Perusahaan (FIRM SIZE) memiliki nilai t-hitung sebesar -5,473. Dengan tingkat signifikansi 0,05 dan $df = n-k-1 = 11-3-1 = 7$, nilai t-tabel sebesar 2,365. Maka, $t\text{-hitung } |-5,473|$ lebih besar dari ($>$) t-tabel 2,365. Nilai signifikansi pada Ukuran Perusahaan (FIRM SIZE) sebesar 0,001, yang lebih kecil dari ($<$) 0,05. Dengan demikian, disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti secara parsial variabel Ukuran Perusahaan (FIRM SIZE) berpengaruh

negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra International Tbk periode 2013-2023. Pengaruh negatif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan merupakan temuan yang menarik dan memerlukan pembahasan mendalam. Pertama, fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori agensi (*agency theory*). Seiring dengan bertambahnya ukuran perusahaan, kompleksitas organisasi meningkat, yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan yang lebih besar antara pemegang saham dan manajemen. Biaya agensi yang meningkat ini dapat mengurangi efisiensi dan berdampak negatif pada nilai perusahaan di mata investor. Kedua, perusahaan dengan ukuran yang sangat besar seperti PT Astra International menghadapi tantangan dalam hal fleksibilitas dan kecepatan adaptasi terhadap perubahan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Marpuah, Nardi Sunardi, dan Masno Marjohan (2021) yang dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Ukuran Perusahaan (*SIZE*) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada kondisi tertentu, ukuran perusahaan yang besar belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan secara optimal jika tidak diimbangi dengan efisiensi operasional maupun strategi yang mampu meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Manajemen perusahaan besar perlu fokus pada peningkatan efisiensi, inovasi, dan transparansi tata kelola untuk memaksimalkan nilai pemegang saham

Pengaruh Profitabilitas (X_1), Pertumbuhan Penjualan (X_2) Dan Ukuran Perusahaan (X_3) Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.10, diperoleh nilai F-hitung = 14,790 F-hitung = 14,790. Dengan $df_1 = 3$, $df_2 = 7$, dan $\alpha = 0,05$, nilai F-tabel adalah 4,35. Karena nilai F-hitung (14,790) lebih besar dari ($>$) F-tabel (4,35) dan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari ($<$) 0,05, maka H_4 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (ROE), Pertumbuhan Penjualan (*SALES GROWTH*), dan Ukuran Perusahaan (*FIRM SIZE*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra Internasional Tbk periode 2013-2023.

Berdasarkan uji determinasi menyatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari Profitabilitas (ROE), Pertumbuhan Penjualan (*SALES GROWTH*), dan Ukuran Perusahaan (*FIRM SIZE*) mampu menjelaskan variabel Nilai Perusahaan (PBV) dengan nilai *R Square* yang menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,864. Maka ($KD = 0,864 \times 100\% = 86,4\%$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (ROE), Pertumbuhan Penjualan (*SALES GROWTH*), dan Ukuran Perusahaan (*FIRM SIZE*) berpengaruh sebesar 86,4% terhadap Nilai Perusahaan (PBV), sedangkan masih terdapat ($100\% - 86,4\% = 13,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian simultan menunjukkan temuan yang menarik. Meskipun secara individual ROE dan *Sales Growth* tidak berpengaruh signifikan, namun ketika dikombinasikan dengan Firm Size, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap nilai perusahaan ($F = 14,790$, $p = 0,002$). Fenomena ini mengindikasikan adanya efek interaksi dan sinergi antar variabel yang saling melengkapi dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan. Efek sinergis ini dapat dipahami melalui perspektif bahwa investor tidak mengevaluasi faktor fundamental perusahaan secara terpisah, melainkan sebagai satu kesatuan karakteristik perusahaan. Kombinasi profitabilitas, pertumbuhan, dan ukuran memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang kesehatan finansial dan prospek perusahaan dibandingkan dengan masing-masing indikator secara individual. Temuan ini sejalan dengan teori valuasi perusahaan yang menyatakan bahwa nilai intrinsik suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuannya menghasilkan laba, potensi

pertumbuhan masa depan, dan skala operasi secara kolektif.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 86,4% menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki kekuatan penjelasan yang sangat kuat, artinya sebagian besar variasi dalam nilai perusahaan PT Astra International dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Sementara itu, 13,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model seperti *leverage*, tata kelola perusahaan, kebijakan dividen, kondisi makroekonomi, dan sentimen pasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor fundamental perusahaan, bukan hanya satu faktor tunggal, dan menegaskan pentingnya pendekatan multidimensional dalam analisis valuasi perusahaan.

Simpulan

Berdasarkan hasil uraian pada setiap bab sebelumnya, dan dari hasil analisa serta pembahasan mengenai pengaruh *Profitabilitas* (X_1), *Pertumbuhan Penjualan* (X_2) dan *Ukuran Perusahaan* (X_3) terhadap *Nilai Perusahaan* (Y), adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROE) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra Internasional Tbk periode 2013-2023. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar $0,831 < t\text{-tabel } 2,365$ dan nilai signifikansi $0,433 > 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pengembalian ekuitas yang tinggi tidak secara langsung mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan, karena investor cenderung mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti prospek pertumbuhan jangka panjang dan stabilitas bisnis. Sebagai perusahaan konglomerasi dengan portofolio bisnis yang sangat beragam, ROE menjadi kurang representatif dalam menggambarkan nilai perusahaan secara keseluruhan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra Internasional Tbk periode 2013-2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar $0,075 < t\text{-tabel } 2,365$ dan nilai signifikansi $0,942 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan semata tidak menjadi faktor penentu nilai perusahaan, karena investor lebih memperhatikan kualitas pertumbuhan daripada kuantitas pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi tidak selalu diikuti dengan peningkatan profitabilitas atau efisiensi operasional, sehingga investor yang sophisticated cenderung lebih memperhatikan profitable growth.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (Firm Size) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra Internasional Tbk periode 2013-2023. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar $-5,473$ dengan $t\text{-hitung } 5,473 > t\text{-tabel } 2,365$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Pengaruh negatif ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan cenderung menurun, kemungkinan disebabkan oleh kompleksitas operasional yang lebih tinggi, keterbatasan potensi pertumbuhan, dan struktur birokrasi yang kompleks. Koefisien regresi sebesar $-2,332$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Firm Size akan menurunkan PBV sebesar 2,332 satuan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROE), Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth), dan Ukuran Perusahaan (Firm Size) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada PT Astra Internasional Tbk periode 2013-2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar $14,247 > F\text{-tabel } 4,35$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$. Ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 85,9%, sedangkan sisanya 14,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Meskipun ROE dan Sales Growth tidak berpengaruh secara parsial, ketiga variabel bersama-sama memiliki pengaruh sangat

signifikan, mengindikasikan adanya efek interaksi dan sinergi antar variabel dalam menjelaskan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyani, I. G. N. S., & Suaryana, I. G. N. A. (2020). The effect of company sizes, sales growth, and profitability on firm values. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 6, 265–271.
- Aeni, N. A. M., & Asyik, N. F. (2019). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, struktur modal, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2013-2017. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 8(7).
- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(4).
- Anggraini, C., & Agustiningih, W. (2022). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6(1), 494–512.
- Apriliyanti, V., Hermi, & Herawaty, V. (2019). Pengaruh kebijakan hutang, kebijakan dividen, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan kesempatan investasi terhadap nilai dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), 201–224.
- Arifianto, & Chabachib. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (Studi kasus pada perusahaan yang terdaftar pada Indeks LQ-45 periode 2011-2014). *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–12.
- Aulia, D., & Kurniasari, N. (2022). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi kasus pada PT. Astra International Tbk, di Bursa Efek Indonesia 2018-2022). *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 1(6), 262–274.
- Bambang Riyanto. (2020). *No Title Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan* (Edisi Ke 4). BPFE Yogyakarta. <https://www.bpfeyogyakarta.id/dasar-dasar-pembelian-perusahaan/>
- Brealey, Richard A.; Myers, Stewart C.; Allen, F. (2023). *Principles of Corporate Finance* (14th Editi). McGraw-Hill Education. <https://www.mheducation.com/highered/product/principles-corporate-finance-brealey-myers/M9781264257416.html>
- Brigham, E. F., & Daves, P. R. (2018). *Intermediate Financial Management* (13th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Brigham, Eugene F.; Houston, J. F. (2020). *Fundamentals of Financial Management* (15th Editi). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/fundamentals-of-financial-management-15e-brigham/>
- Eugene F. Brigham, J. F. H. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th Editi). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/fundamentals-of-financial-management-15e-brigham>
- Eugene F. Brigham, J. F. H. (2019b). *Fundamentals of Financial Management* (15th Editi). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/fundamentals-of-financial-management-15e-brigham>
- Eugene F. Brigham, J. F. H. (2019c). *Fundamentals of Financial Management* (15th Editi).

- Cengage Learning. [https://www.cengage.com/c/fundamentals-of-financial-management-15e-brigham%0AKesimpulan%0ABerdasarkan penjelasan Brigham & Houston \(2019\), dapat disimpulkan bahwa tujuan nilai perusahaan adalah untuk menciptakan nilai maksimal bagi semua stakeholder, teru](https://www.cengage.com/c/fundamentals-of-financial-management-15e-brigham%0AKesimpulan%0ABerdasarkan%0Apenjelasan%0ABrigham%20%26%20Houston%20(2019)%0Adapat%0Adisimpulkan%0Abahwa%0Atujuan%0Anilai%0Aperusahaan%0Aadalah%0Amenciptakan%0Anilai%0Amaksimal%0Abagi%0Asemua%0Astakeholder%0Ateru)
- Fahmi, I. (2022). *Analisis Kinerja Keuangan* (7th ed.). Alfabeta. <https://www.alfabeta.com/analisis-kinerja-keuangan/>
- Ghozali & Ratmono. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10* (Ed.2 (Edis). Badan Penerbit Undip (BP UNDIP). <https://eprints.undip.ac.id/78294/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmono. (2021). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard: Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis* (Edisi ke 2). Bumi Aksara. <https://bumiaksara.com/manajemen-keuangan-berbasis-balanced-scorecard/>
- Hasan, S., Elpisah, Sabtohadji, J., M, Nurwahidah., Abdullah., & Fachrurazi. (2022). Manajemen Keuangan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(1).
- Hery. (2020). *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition* (3rd ed.). PT Grasindo. <https://grasindo.id/katalog/analisis-laporan-keuangan-sfe-edisi-3>
- Hesnanto. (2019). *Pertumbuhan Penjualan Mencerminkan Keberhasilan Investasi*. Hestanto (Personal Website). <https://www.hestanto.web.id/pertumbuhan-penjualan/>
- Hestanto. (2019). *Pertumbuhan Penjualan Mencerminkan Keberhasilan Investasi*. Hestanto Personal Website. Diakses dari <https://www.hestanto.web.id/pertumbuhan-penjualan/>
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Revi). Rajawali Pers (PT RajaGrafindo Persada). <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/analisis-laporan-keuangan/>
- Kasmir. (2019a). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Revisi, Ed.). Raja Grafindo Persada. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/analisis-laporan-keuangan/>
- Kasmir. (2019b). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/analisis-laporan-keuangan/>
- Kasmir. (2021a). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Revi). Rajawali Pers. <https://rajagrafindo.co.id/produk/analisis-laporan-keuangan-2/>
- Kasmir. (2021b). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Revi). Rajawali Pers. <https://rajagrafindo.co.id/produk/analisis-laporan-keuangan-2/>
- Kasmir. (2021c). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/analisis-laporan-keuangan/>
- Kasmir. (2024). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Pert). PT. Raja Grafindo Persada. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/analisis-laporan-keuangan/%0A%0A>
- Kinicki, Angelo; Williams, B. K. (2020). *Management: A Practical Introduction* (9th Editio). McGraw-Hill Education. <https://www.mheducation.com/highered/product/management-practical-introduction-kinicki-williams/M9781260075113.html>
- Kusumaningrum, D. A., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan penjualan, earning per share (EPS) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi kasus pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020). *Journal of Management*, 5(2), 123-137.
- Marpuah, S., Sunardi, N., & Marjohan, M. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, growth opportunity terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel moderating. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 5(1), 43-63.

- Nabila, E. S., & Hapsari, A. (2024). Pengaruh solvabilitas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan PT Astra International Tbk periode 2013-2022. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(12), 304–317.
- Novelia, P., & Marjohan, M. (2025). Pengaruh current ratio, return on equity dan debt to equity terhadap nilai perusahaan pada PT Gajah Tunggal Tbk tahun 2014-2023. *Jurnal JIIC*, 2(2), 2471-2488.
- Nurafifah, N., Marjohan, M., & Sampurnaningsih, S. R. (2025). Analisis peran moderasi Good Corporate Governance (GCG) pada hubungan profitabilitas dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 5948-5960.
- Pramudia, N. S., & Fuadati, S. R. (2020). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Puspita, R., & Marjohan, M. (2025). Pengaruh cash ratio, total assets turn over, dan debt to equity ratio terhadap nilai perusahaan pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk periode 2009–2023. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(6), 11972-11984.
- Putri, M. R. S., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1823–1838.
- Radja, F. L. B., & Artini, L. G. S. (2020). The effect of firm size, profitability and leverage on firm value (Study on manufacturing companies sector consumer goods industry listed in Indonesian Stock Exchange period 2017-2019). *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 7(11), 18–24.
- Rebin, Sumardi, S. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Lembaga Penerbitas UNAS. <http://repository.unas.ac.id/3748/>
- Richard L. Daft. (2022). *Management* (14th Editi). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/management-14e-daft/>
- Robbins, Stephen P.; Coulter, M. (2021). *Management* (15th Editi). Pearson. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/management/P200000003155>
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, likuiditas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2).
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schermerhorn, John R.; Bachrach, D. G. (2020). *Exploring Management* (7th Editi). John Wiley & Sons, Inc. <https://www.wiley.com/en-us/Exploring+Management%2C+7th+Edition-p-9781119732921>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (edisi ke-3). Alfabeta. <https://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-mpkk/>
- Swastha, B. DH. ; I. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern* (Edisi ke 2). Liberty Offset. http://repository.stie-sak.ac.id/857/1/MANAJEMEN_PEMASARAN_MODERN,.pdf
- Yilimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). Leverage ukuran perusahaan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi pada PT Astra Internasional Tbk periode 2015-2019. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*.