

**PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN PT TIGA PILAR SEJAHTERA Tbk YANG
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2021**

SKRIPSI

OLEH :

**DWI BADRIYAH
188320135**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)6/11/23

**PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN PT TIGA PILAR SEJAHTERA Tbk YANG
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2021**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

Oleh :

DWI BADRIYAH

188320135

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)6/11/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan
Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Tiga Pilar Sejahtera
Yang Terdaftar Di BEI 2016-2021

Nama : DWI BADRIYAH

NPM : 188320135

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi – sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 10 Juni 2023



DWI BADRIYAH
NPM : 188320135

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : DWI BADRIYAH
NPM : 188320135
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Tiga Pilar Sejahtera Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2021**

Dengan Hak Bebas Royalti ini, mengizinkan dalam bentuk pangkalan data (*database*), memuat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 19 Juni 2023
Yang Menyatakan


DWI BADRIYAH
NPM : 188320135

RIWAYAT HIDUP



Nama	Dwi Badriyah
NPM	188320135
Tempat, Tanggal Lahir	Bandar Meriah, 07 Juni 2000
Nama Orang Tua:	
Ayah	Juri Abadi Bangun
Ibu	Siti Aisyah
Riwayat Pendidikan	
SMP	SMPN 8 Binjai
SMA/SMK	SMKN 1 Binjai
Riwayat Studi Di UMA	-
Pengalaman Pekerjaan	-
No. Hp/WA	082364911926
Email	dwibadriah280@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether the liquidity ratio and sales growth have an influence on firm value at PT. The Three Pillars of Prosperity listed on the IDX for the 2016-2021 period. The independent variables used in this study are the liquidity ratio and sales growth, while the dependent variable in this study is firm value. The population used in this study is all quarterly financial reports at PT. Three Pillars of Prosperity. The sample used is 23 company financial report data in 2016-2021 per quarter. Hypothesis testing in this study used descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression, t test, f test, and the coefficient of determination (R²), using SPSS 20.00 software (Statistics Product And Services Solution) for Windows. The results showed that the liquidity ratio variable partially had a positive and significant effect on firm value with the t-count value greater than t-table ($2.516 > 1.720$), with a significance level of $0.020 < 0.10$ and the sales growth variable was partially unaffected positive and significant to company value with a t-count value smaller than t-table ($-1.305 < 1.720$), with a significance level of $0.20 > 0.10$. Then the variable liquidity ratio and sales growth simultaneously significantly influence firm value with statistical value $F\text{-count} > F\text{-table}$ ($3.327 > 3.28$) with a significance level of $0.057 < 0.10$. And the R-Square value in this study was 17.5% while the remaining 82.5% was influenced by other factors outside this study.

Keywords: Liquidity Ratio, Sales Growth, and Company Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah rasio likuiditas dan pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT. Tiga Pilar Sejahtera yang terdaftar di BEI periode 2016-2021. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio likuiditas dan pertumbuhan penjualan., sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan pertrwulan pada PT. Tiga Pilar Sejahtera. Sampel yang digunakan adalah 23 data laporan keuangan perusahaan pada tahun 2016-2021 per kuartal. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2), dengan menggunakan software SPSS 20.00 (Statistic Product And Services Solution) for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel rasio likuiditas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t- hitung lebih besar dari t-tabel ($2,516 > 1,720$) , dengan tingkat signifikansi sebesar $0,020 < 0,10$ dan variabel pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t-hitung lebih kecil dari pada t-tabel ($-1,305 < 1,720$), dengan tingkat signifikansi sebesar $0,20 > 0,10$. Kemudian variabel rasio likuiditas dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai statistik F-hitung $> F$ -tabel ($3,327 > 3,28$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,057 < 0,10$. Dan nilai R-Square dalam penelitian ini adalah 17,5% sedangkan sisanya 82,5% dipengaruhi faktor faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: **Rasio Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Nilai Perusahaan**

KATA PENGANTAR

Asslamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin. Dengan kesungguhan hati penulis mengucapkan rasa syukur yang tiada hentinya kepada sang Khalik, sang Maha Pencipta yang telah memberikan nikmat yang luar biasa bagi penulis. Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, kesempatan dan hidayah-Nya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah "**Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021**". Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata-1 (S1) Fakultas ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Medan Area.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini penulis berusaha menyajikan yang terbaik sesuai kemampuan yang ada pada penulis. Banyak sekali hambatan serta rintangan yang penulis hadapi dalam penyelesaian skripsi ini, yang akhirnya dapat penulis lalui berkat adanya beberapa pihak yang membantu penulis, mendukung penulis baik dari segi materil maupun non materil dan dari segi apapun.

Secara khusus penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada Cinta pertama dan panutanku Ayahanda tercinta Juri Abadi Bangun, dan Pintu surgaku Ibunda tercinta Siti Aisyah. Penulis mengucapkan terima kasih karena telah mendidik penulis, mendoakan memberikan semangat dan motivasi tiada henti

hingga dan terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang keras kepala hingga penulis dapat menyelesaikan studinya samapi sarjana. Terima kasih sudah menjadi pengingat dan penguat paling hebat.

Selanjutnya dengan rendah hati penulis mengucapkan terimakasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dadan Ramdan, M.Eng M.sc selaku rector Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzulina R, SE, Ak, M, Acc selaku Wakil Dekan-I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Rizca Amelia SE, M.Si selaku Wakil Dekan -II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area dan juga selaku dosen pembimbing saya yang telah membantu dan memberikan dukungan serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Wan Suryani, SE, M.Ak selaku Wakil Dekan-III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area dan juga selaku dosen pembimbing saya yang telah membantu dan memberikan masukan dalam penyelesaian revisi skripsi penulis.
6. Ibu Rana Fatimah Ananda, SE, M.Si selaku Wakil Dekan-IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

7. Ibu Nindya Yunita S.pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
8. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
9. Ibu Ida Royani, SE, M.Si selaku dosen Sekertaris pembimbing saya yang telah membantu memberikan bimbingan kepada penulis.
10. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
11. Segenap Karyawan/I Universitas Medan Area yang telah memberikan kemudahan dalam melakukan pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
12. Terimakasih kepada saudara kandung saya Roni Pandu Winata S,Ak yang selalu memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
13. Terimakasih kepada Sahabat-sahabat tercinta saya Harni Seni P.Lumbantorun, Eriyanti Nagita, Siska Wulandari, yang berperan penting dalam memberikan motivasi dan membantu dalam pembuatan skripsi ini.
14. Orang-orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu Namanya
15. *Last but not least*, untuk Dwi Badriyah. Terima Kasih sudah mau menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan mentyelesaikan semua ini. mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses

penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan diri sendiri.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga tulisan ini menjadi salah satu gerbang bagi penulis untuk dapat meraih segala cita-cita, Amiin. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Medan, Agustus 2022

Dwi Badriah

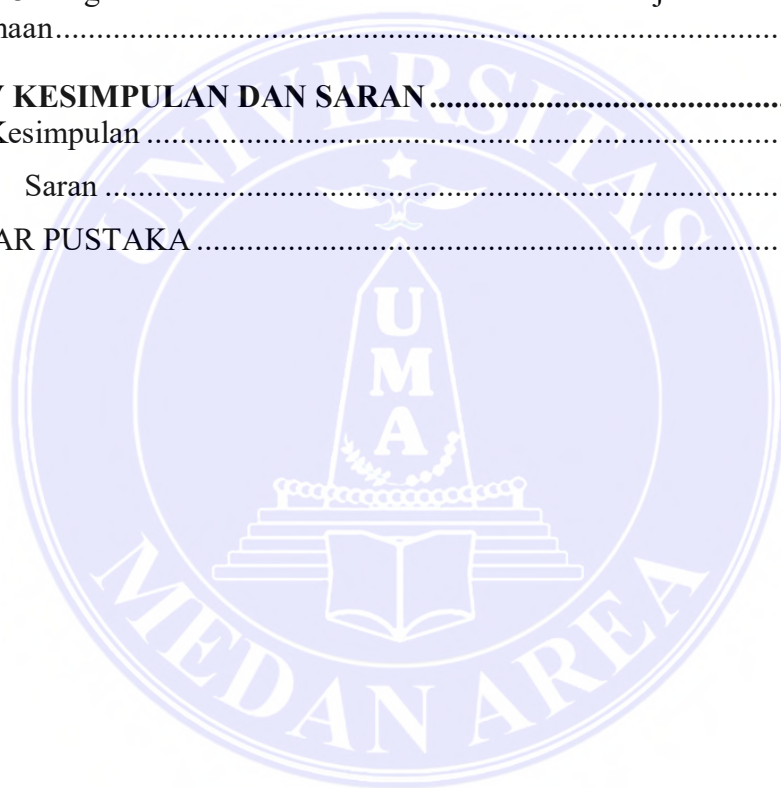


DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.2 Nilai Perusahaan	12
2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan	12
2.2.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan	13
2.2.3 Konsep Nilai Perusahaan	13
2.2.4 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan	14
2.3 Rasio Likuiditas	18
2.3.1 Pengertian Rasio Likuiditas	18
2.3.2 Manfaat dan Tujuan Rasio Likuiditas	19
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas	20
2.3.4 Jenis-Jenis Rasio Likuiditas	21
2.4 Pertumbuhan Penjualan	25
2.4.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan	25
2.4.2 Faktor Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan	26
2.4.3 Manfaat dan Tujuan Penjualan	28
2.4.4 Rumus Pertumbuhan Penjualan	28
2.5 Penelitian Terdahulu	30
2.6 Keraangka Konseptual	32
2.7 Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian	34

3.1.1 Jenis Penelitian.....	34
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.2 Populasi Dan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel	36
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	36
3.3.1 Jenis Data.....	36
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.4 Definis Operasional Variabel.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Analisis Data Statistik Deskriptif.....	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.3 Uji Analisis Regresi Berganda	42
3.7 UJI HIPOTESIS	43
3.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	43
3.7.2 Uji Simultan (Uji F)	44
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1 Sejarah PT. Tiga Pilar Sejahtera	46
4.1.2 Ekspansi PT. Tiga Pilar Sejahtera	47
4.1.3 Struktur Organisasi PT Tiga Pilar Sejahtera Tbk <i>Food</i>	49
4.2 Visi dan Misi PT. Tiga Pilar Sejahtera	50
4.3 Hasil Analisa Data	51
4.3.1 Analisis Deskriptif	51
4.3.2 Pertumbuhan Penjualan	52
4.3.3 Nilai Perusahaan	53
4.3.4 Statistik Deskriptif.....	54

4.3.5 Uji Asumsi Klasik	55
4.3.6 Uji Analisis Regrensi Berganda	61
4.3.7 Uji Hasil Hipotesis	62
4.3.8 Uji Koefisien Determinasi (R²).....	64
4.4 Pembahasan.....	65
4.4.1 Pengaruh Rasio Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	65
4.4.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	66
4.4.3 Pengaruh Rasio Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Keuangan PT Tiga Pilar Sejahtera	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	35
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian	37
Tabel 4. 1 <i>Current Ratio</i> PT Tiga Pilar Sejahtera	51
Tabel 4. 2 Pertumbuhan Laba PT Tiga Pilar sejahtera	52
Tabel 4. 3 Nilai Perusahaan Pada PT Tiga Pilar Sejahtera	53
Tabel 4. 4 Hasil Staistik Deskriptif.....	54
Tabel 4. 5 Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	55
Tabel 4. 6 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4. 7 Uji Autokolerasi.....	61
Tabel 4. 8 Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji t (Parsial).....	63
Tabel 4. 10 Uji F Simultan	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Tiga Pilar Sejahtera	50
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	57
Gambar 4. 3 Uji Normality Probability Plot	58
Gambar 4. 4 Hasil Heteroskedastisitas	60



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu lembaga atau organisasi yang dijalankan untuk menyediakan barang atau jasa, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Manajemen dalam setiap perusahaan menginginkan agar perusahaan yang dijalanannya tetap berkelanjutan sehingga perusahaan akan selalu berusaha untuk mencari strategi agar mencapai tujuan perusahaan. Pada umumnya jika sebuah perusahaan yang sudah *go public* dalam menghadapi era globalisasi, maka hal yang sangat penting diperhatikan ialah keberlangsungan suatu perusahaan. Suatu Perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan juga meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Jika semakin baik nilai perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dipandang semakin bernilai bagi para calon investor Gitman dan Zutter (2012).

Menurut Husnan (2014) berpendapat bahwa bagi perusahaan yang belum *go public* nilai perusahaan merupakan sejumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal. Sedangkan menurut Gultom, (2013) Tujuan utama dari perusahaan sudah *go public* atau yang sudah terdaftar di BEI, yaitu untuk menghasilkan laba guna meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan yang mana dapat menggambarkan keadaan perusahaan

Nilai perusahaan dijadikan persepsi oleh para investor sebagai gambaran atas kepercayaan terhadap perusahaan yang dapat dilihat dari harga saham Sujoko dan Soebintaro (2007). Nilai perusahaan dijadikan penekanan utama dalam pengambilan keputusan oleh investor untuk berinvestasi atau tidak berinvestasi di suatu perusahaan tersebut. Dengan maksimum nya nilai perusahaan maka akan meningkatkan nilai pemegang saham dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi pada pemegang saham. Karena para investor akan melihat bagaimana pertumbuhan perusahaan dan seberapa tinggi nilai perusahaan dari sebuah perusahaan sebelum para investor menginvestasikan dananya.

Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan bisa dimaksimalkan dengan cara menarik minat investor perusahaan agar dapat mencerminkan prospek serta harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaannya di masa depan. Nilai perusahaan terlihat pada harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan Sudana, (2011). Harga saham perusahaan akan meningkat dan nilai perusahaan akan naik bila semakin banyak investor yang membeli saham perusahaan tersebut. Meningkatnya nilai perusahaan dapat menghasilkan penilaian yang baik terhadap kinerja perusahaan dan juga prospek perusahaan.

Dimana ukuran nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan nilai buku harga *Price Book Value* (PBV). Menurut Husnan. S dan Pudjiastuti (2012) *Price Book Value* (PBV) ini adalah rasio harga pasar saham terhadap nilai buku. Jika sebuah perusahaan memiliki nilai buku harga (*Price Book Value*) >1 harga saham perusahaan lebih tinggi dari nilai bukunya, yang menggambarkan kinerja

Perusahaan menjadi lebih baik di mata investor. Adapun faktor mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu likuiditas, dan pertumbuhan penjualan

Faktor pertama adalah likuiditas, kemampuan untuk menjadi likuiditas Perusahaan harus memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu (Fahmi, 2016). Maksud nya disini adalah likuiditas perusahaan yaitu kemampuan perusahaan untuk membayar hutangnya yaitu hutang jangka pendek yang telah jatuh tempo pembayarannya Artinya perusahaan mampu membayar utangnya pada saat tagihan atau utang jatuh tempo. Apabila suatu perusahaan tidak mampu melunasi hutang nya, hal ini akan membuat nilai perusahaan tersebut menjadi kurang baik dimata investor dan peminjam modal, sehingga akan membuat mereka mempertimbangkan untuk meminjamkan modal nya ataupun untuk berinvestasi dengan perusahaan tersebut.

Likuiditas adalah Rasio aset lancar terhadap kewajiban lancar. Jika banyak perusahaan dengan menggunakan aset likuid, perusahaan dapat menghasilkan Arus kas yang mendanai kegiatan operasi dan investasi perusahaan. Besar kecilnya rasio likuiditas dapat diukur dengan rasio lancar (*current ratio*), rasio kas dan rasio cepat. Salah satu rasio yang sering digunakan untuk menghitung tingkat likuiditas ialah rasio lancar (*Current Ratio*), yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar (*current asset*) dengan hutang lancar (*current liabilities*). Rasio lancar adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset likuidnya untuk membayar hutang jangka pendek atau yang jatuh tempo dalam satu tahun, karena rasio ini menunjukkan seberapa jauh kebutuhan kreditur jangka pendek dipenuhi oleh aktiva yang diharapkan dapat direalisasi pada

periode yang sama dengan jatuh tempo utang. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau membayar deviden kepada pemegang saham tepat waktu.

Menurut Gultom dkk (2013) likuiditas yang tinggi menunjukkan peluang pertumbuhan Perusahaan cenderung berada di sisi yang tinggi. Semakin likuid perusahaan, semakin tinggi likuiditasnya dan tingkat kepercayaan kreditur untuk meminjamkan uang atau memberikan dana agar bisa meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur dan calon investor. Semakin besar ukuran perusahaan, maka akan lebih mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan yang bagus baik internal ataupun eksternal, Sehingga perusahaan mampu mendapatkan lebih banyak sumber pendanaan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan memperoleh lebih banyak lagi peluang agar mampu mendapatkan laba yang lebih tinggi.

Dengan semakin tingginya perolehan laba maka akan menaikkan harga saham perusahaan dan pada akhirnya juga akan menaikkan nilai perusahaan. Semakin tinggi likuiditas maka semakin baik posisi perusahaan. Perusahaan memiliki kemungkinan kemampuan untuk membayar kewajibannya tepat waktu, perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendek akan mendapat respon yang positif oleh pasar. Menurut Ida dkk (2019) dan didukung oleh Menawati (2017) menemukan bahwa likuiditas pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Bila perusahaan mampu memelihara likuiditasnya dengan baik, maka kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik dan dapat memberikan dampak yang positif pada perusahaan.

Selain tingkat Likuiditas, pertumbuhan penjualan juga menjadi factor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah perbedaan antara total penjualan periode sekarang dengan periode sebelumnya (Harahap,2016). Pertumbuhan penjualan dapat dijelaskan dengan peningkatan volume Penjualan dari tahun ke tahun atau periode demi periode. Pertumbuh Penjualan mencerminkan tingkat keberhasilan investasi selama periode waktu tertentu dan dapat digunakan sebagai prediktor pertumbuhan masa depan (Barton 1989) dalam (Mardiyati dkk. 2015). Pertumbuhan perusahaan terbukti jika meningkatnya penjualan. Dengan meningkatkan penjualan, kemudian perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan, sehingga perusahaan dapat membayar biaya yang dikeluarkan untuk operasipnal perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam industri. Tingkat pertumbuhan Perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan laba Tandai peluang masa depan. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat jika terbukti meningkatnya volume penjualan, dengan menaikkan volume penjualan, Kemudian perusahaan akan dapat meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan, sehingga perusahaan dapat membayar biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dikatakan Indikator permintaan dan daya saing perusahaan di dalam industri. Tingkat pertumbuhan Perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan laba pada kesempatan-kesempatan di masa depan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Ida dkk (2019) menyata bahwa Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Semakin tinggi pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka investor akan tertarik menanamkan modal di perusahaan tersebut yang akan mengakibatkan peningkatan terhadap nilai perusahaan.

Berikut dapat dilihat pada tabel ini disajikan dari data keuangan PT.Tiga Pilar Sejahtera Tbk 2016-2021 yang terdaftar di BEI :

Tabel 1. 1 Data Keuangan PT Tiga Pilar Sejahtera

Nama Perusahaan	Tahun	Aset Lancar (Rp)	Hutang Lancar (Rp)	Penjualan (Rp)	PBV
PT. Tiga Pilar Sejahtera <i>Food</i> Tbk	2016	5.949.164	2.504.330	6.545.680	0.038
	2017	881.092	4.154.427	1.950.589	0.003
	2018	788.973	5.177.830	1.583.265	0.001
	2019	474.261	1.152.923	1.510.427	0.006
	2020	695.360	855.449	1.283.331	0.005
	2021	1.761.634	942.744	1.520.879	0.004

Sumber : www.idx.co.id

Menurut CNBC Indonesia pernah terjadi penggelembungan dana (*overstatement*) yang dilakukan dibawah kepemimpinan Joko Mogoginta pada tahun 2017. Akibat dari penggelembungan dana tersebut, laporan keuangan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk terlihat menarik dimata investor untuk membeli saham PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk. Padahal berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan, PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* mencatatkan rugi bersih selama 6 bulan tahun lalu atau per Juni 2019 sebesar Rp 61,17 miliar, berkurang 40% dari Juni 2018 yang rugi Rp 101,18 miliar. Pendapatan pada periode tersebut turun 16,2% menjadi Rp 617,14 miliar dari periode yang sama tahun sebelumnya Rp 735,82 miliar. Beban penjualan berkurang menjadi Rp 443,38 miliar dari sebelumnya Rp 506,55 miliar. Sementara itu, sepanjang tahun 2018, AISA membukukan rugi bersih Rp 123,43 miliar, berkurang drastis 98% dari tahun

2017 yakni rugi bersih Rp 5,23 triliun. Adapun pendapatan perusahaan turun 19% menjadi Rp 1,58 triliun, dari sebelumnya Rp 1,95 triliun.

Berdasarkan dari data keuangan PT.Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk yang terdaftar di BEI. Dari tahun 2016-2020 aset lancar mengalami penurunan secara dratis sebesar 695.360, dan ditahun 2021 aset lancar mengalami kenaikan kembali sebesar 1.761634. Sedangkan hutang lancar terus mengalami kenaikan dari tahun 2016-2018 sebesar 5.177.830, dan pada tahun 2019 - 2021 mengalami penurunan secara dratis sebesar 942,744. Sedangkan pada jumlah penjualan perusahaan pada PT.Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk, dari tahun 2016-2020 mengalami penurunan yang sangat dratis, dan mengalami kenaikan di tahun 2021 sebesar 1.520.879. Menurut Swatha (2014) tujuan umum dari penjualan didalam sebuah perusahaan untuk mencapai volume penjualan didalam perusahaan tersebut, untuk mendapatkan laba tertentu dan untuk dapat menunjang pertumbuhan perusahaan tersebut.

Salah satu rasio yang sering digunakan untuk menghitung tingkat likuiditas, yaitu rasio lancar (*current ratio*) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar (*current asset*) dengan hutang lancar (*current liabilities*). Secara teori jika likuiditas naik dan nilai perusahaan turun disebabkan karena Besarnya sutau hutang lancar perusahaan dibandingkan dengan aset lancar perusahaan menunjukkan bahwa harta perusahaan untuk membayar utang lancar nya mengalami penurunan, hal ini dapat menunjukkan bahwa tingkat likuid dari suatu perusahaan mengalami penurunan, Sehingga nilai perusahaan pun mengalami penurunan, baik dimata para investor. Menurut Kasmir (2012) bahwa, “Ketidaksanggupan suatu perusahaan membayar kewajibannya terutama jangka

pendek yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu : disebabkan karena memang suatu perusahaan tersebut sedang tidak memiliki dana sama sekali, atau mungkin juga perusahaan memiliki dana, namun saat sudah jatuh tempo perusahaan tersebut tidak memiliki dana”.

Terjadi perubahan nama pada PT Tiga Pilar Sejahtera *Food Tbk* (AISA) menjadi PT Tiga Pilar Sejahtera *Food Tbk* (AISA) dikarenakan kasus penggelembungan laporan keuangan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food Tbk* yang terjadi pada tahun 2017 yang mengakibatkan perusahaan tidak dapat membayar hutang piutang nya. Dan PT Tiga Tiga Pilar Sejahtera *Food Tbk* sempat di nonaktifkan oleh BEI. Kemudian pada tahun 2019 tepatnya tanggal 7 Agustus 2019 manajemen AISA mengumumkan penerbitan 1.6 milyar saham baru dengan harga Rp210 per saham, yang diambil seluruhnya oleh PT FKS *Food And Ingredients* yaitu anak usaha dari FKS Group, yang merupakan salah satu grup usaha pangan terbesar di Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 1970, dan juga merupakan salah satu importir kedelai terbesar di Indonesia melalui anak usahanya yakni PT FKS Multi Agro, Tbk (FISH).

Sehingga pada tahun 2020, PT Tiga Pilar Sejahtera *Food Tbk* (AISA) resmi dimiliki oleh PT.FKS *Food Sejahtera*. Karena semua masalah pembayaran hutang yang dialami PT.Tiga Pilar Sejahtera *Food* dinilai sudah selesai dan kini PT.Tiga Pilar Sejahtera *Food* juga sudah jelas dimiliki oleh siapa, BEI akhirnya membuka kembali perdagangan PT.Tiga Pilar Sejahtera *Food* pada tahun 2020, walaupun nama perusahaan PT.Tiga Pilar Sejahtera *Food* berubah menjadi PT.FKS *Food Sejahtera*, tetapi di BEI tetap menggunakan kode AISA.

PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk (Perseroan) telah menyampaikan perubahan nama Perseroan melalui surat No.: 037/FKSFS-IDX/BOD-VL/mh/III/21 tanggal 26 Maret 2021 yang telah disetujui dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 26 Februari 2021 dan telah mendapatkan persetujuan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia berdasarkan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU0017810.AH.01.02.Tahun 2021 tanggal 23 Maret 2022. (www.idx.co.id)

Berdasarkan penjelasan diatas sangat penting melakukan pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan dari likuiditas dan juga tingkat pertumbuhan penjualan pada perusahaan, maka penulis tertarik untuk membahas judul penelitian mengenai : “Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan PT. Tiga Pilar Sejahtera Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah

sebagai berikut :

1. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021?

2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021?
3. Apakah likuiditas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat dibuat tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* Tbk yang terdaftar di BEI tahun 2016-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat baik kepada berbagai pihak, baik bagi peneliti, perusahaan maupun peneliti selanjutnya. Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah.

1. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran dan pemahaman mengenai kondisi likuiditas, pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

3. Manfaat Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan perbandingan atau referensi yang dapat digunakan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.2 Nilai Perusahaan

2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Tujuan utama dari suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, dengan memaksimalkan keuntungan atau kekayaan terutama bagi para pemegang saham, terwujud berupa upaya peningkatan atau memaksimalkan nilai pasar atas harga saham yang bersangkutan. Harga saham yang tinggi menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi dengan begitu kemakmuran investor pun ikut tinggi Sukirni (2012).

Menurut Avisya (2020) nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut “Nilai Perusahaan sebagai nilai Pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham apabila harga saham meningkat.”

Menurut Harmono (2013) mengungkapkan bahwa “Nilai Perusahaan merupakan kinerja yang dapat digambarkan melalui harga saham. Semakin meningkatnya harga saham maka akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, sehingga pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini melainkan juga akan percaya pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Menurut Oktaviany (2019) “Nilai Perusahaan merupakan harga yang siap dibayar oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Semakin baik nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang dapat diterima pemilik

perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjualbeliakan dibursa merupakan indikator nilai perusahaan.”

2.2.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Tujuan berdirinya perusahaan ialah memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang sudah dicapai.

Menurut Atmaja (2008) bahwa tujuan dari nilai perusahaan ialah, untuk memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang dan untuk maksimalisasi kekayaan (*wealth*) perusahaan yang ingin dicapai perusahaan tidak lain merupakan maksimalisasi nilai perusahaan bagi para pemegang saham. Menurut Atmaja (2008) bahwa “Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan”. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diprosikan dengan PBV (*Price Book Value*).

2.2.3 Konsep Nilai Perusahaan

Menurut Yulius dan Tarigan (2007) beberapa konsep yang menjelaskan nilai perusahaan diantaranya adalah :

- 1) **Nilai Nominal**, nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.
- 2) **Nilai Pasar**, nilai pasar sering disebut Kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditemukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- 3) **Nilai Intrinsik**, nilai intrinsic merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu kepada perkiraan nilai ril suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan hanya sekedar harga dari sekumpulan asset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dikemudian hari.
- 4) **Nilai Buku**, nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total asset dan total utang dengan jumlah saham yang berbeda.
- 5) **Nilai Likuiditas**, nilai likuiditas adalah nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuiditas dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan Ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

2.2.4 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Indrarini (2019) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu

perusahaan. Menurut Brigham dan Daves (2014) dalam mengukur nilai perusahaan terdapat beberapa rasio yang terdiri dari :

- 1) *Price Earning Ratio* (PER)
- 2) *Price to Book Value* (PBV)
- 3) *Tobin's Q*

Adapun penjelasan dari rasio diatas adalah sebagai berikut :

- 1) *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba

Price Earning Ratio merupakan salah satu rasio keuangan yang dapat digunakan untuk melihat seperti apa potensi keuntungan dari suatu perusahaan, Menurut Setianto (2016), *Price Earning Ratio* (PER) merupakan perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Dimana jika harga saham sebuah perusahaan dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dalam waktu setahun. Karena *Price Earning Ratio* (PER) berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, maka jika dengan mengetahui *Price Earning Ratio* (PER) suatu perusahaan dapat mengetahui apakah harga saham tergolong wajar atau tidak wajar secara real dan secara perkiraan. *Price Earning Ratio* (PER) dapat diukur menggunakan rumus :

$$PER = \frac{\text{Price per Share}}{\text{Earning per Share (EPS)}}$$

Keterangan :

PER : *Price Earning Ratio*

Price Per Share : Harga per Saham

Earning per share : Laba per Saham

2) *Price to Book Value* (PBV)

Terdapat rasio yang sering digunakan oleh para investor dan analis untuk membandingkan harga sebuah saham dengan ekuitasnya ialah rasio Harga Pasar per Nilai Buku (H/NB) atau yang dikenal dengan istilah *Price to Book Value* (PBV). *Price to book Value* (PBV) ialah rasio yang digunakan untuk menilai apakah harga dari saham suatu perusahaan apakah tergolong murah atau mahal saham.

Menurut Sugiono (2016) perusahaan yang memiliki manajemen yang baik maka dapat diharapkan *Price to Book Value* (PBV) dari suatu perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan apabila angka *Price to Book Value* (PBV) dibawah 1 maka bisa dikatakan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Saham yang memiliki rasio *Price to book Value* (PBV) yang besar dapat dikatakan memiliki valuasi yang tinggi (*overvalue*) sedangkan saham yang memiliki *Price to Book Value* (PBV) dibawah 1 memiliki valuasi yang rendah (*undervalue*). Jadi semakin rendah *Price to Book Value* ratio suatu perusahaan, maka akan semakin baik. Namun apabila sangat rendah, maka bisa jadi terdapat masalah internal didalamnya. Oleh karena itu *Price to Book Value* tidak bisa dijadikan hanya satu-satunya pilihan dalam menentukan kualitas saham milik suatu perusahaan.

Menurut Buddy Setianto (2016), *Price to Book Value* (PBV) yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental suatu perusahaan yang bersangkutan.

Berikut ini rumus yang dapat digunakan untuk menghitung nilai pasar atau nilai buku atau *Price to Book value* :

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

Nilai buku Saham dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Book Value per Saham} = \frac{\text{Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham yang beredar}}$$

3) Tobin's Q

Tobin's Q ialah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantinya. Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Perusahaan dengan Tobin's Q yang tinggi atau $q > 1,00$ mengindikasikan bahwa kesempatan investasi lebih bagus, memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, dan mengindikasikan manajemen 15 dinilai baik dengan aset-aset di bawah pengelolaannya.

Menurut Sudiyanto & Puspitasari (2010) "Menyebutkan skors dari Tobin's Q ratio antara lain" :

- 1) Jika hasil Tobin's Q > 1 berarti manajemen perusahaan berhasil dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan, Overvalued.
- 2) Jika hasil Tobin's Q < 1 berarti manajemen perusahaan telah gagal dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan. Undervalued.
- 3) Jika hasil Tobin's Q $= 1$ berarti manajemen perusahaan Stagnan dalam pengelolaan aset perusahaan. Average

Berikut ini Rumus Tobin's Q :

$$Q = \frac{(MVS + MVD)}{(RVA)}$$

Keterangan :

Q : Nilai Perusahaan

MVS : Market value of all outstanding shares, (nilai pasar dari semua saham ekuitas)

MVD : Market value of all debt, (nilai pasar dari semua hutang), MVD didapat dari (kewajiban + utang jangka panjang)

RVA : Nilai Pengganti Aset

Dalam penelitian ini nilai perusahaan akan diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV), karena rasio *Price to Book Value* (PBV) dapat menggambarkan seberapa besar pasar dapat menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. *Price to Book Value* (PBV) yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham ialah tujuan utama dari suatu perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.3 Rasio Likuiditas

2.3.1 Pengertian Rasio Likuiditas

Likuiditas menjadi factor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio Likuiditas ialah metrik yang dipakai untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang dan kewajiban jangka pendeknya. Menurut Riyanto (2010) bahwa “Likuiditas tergantung dengan kesanggupan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang dimiliki”.

Menurut Hery (2016) bahwa “Rasio Likuiditas dikenal sebagai rasio yang bisa dipakai untuk mengukur sejauh mana tingkat kapabilitas perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek suatu perusahaan yang akan jatuh tempo”.

Dapat dikatakan bahwa rasio likuiditas atau disebut juga rasio modal kerja bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Berdasarkan pengertian diatas maka dapat dikatakan rasio likuiditas ialah rasio keuangan yang menunjukkan kesanggupan finansial suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

2.3.2 Manfaat dan Tujuan Rasio Likuiditas

Perhitungan rasio likuiditas cukup memberikan banyak manfaat untuk berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pihak yang paling berkepentingan ialah pemilik sebuah perusahaan dan manajemen perusahaan untuk dapat menilai kinerja perusahaannya. Ada pula pihak luar perusahaan yang juga mempunyai kepentingan, seperti pihak kreditor atau penyedia dana bagi suatu perusahaan, misalnya perbankan atau juga distributor maupun supplier. Karena itu, perhitungan rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan namun juga bagi pihak luar perusahaan.

Menurut Kasmir (2014) bahwa tujuan dan manfaat rasio likuiditas sebagai berikut :

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih.

- 2) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar keseluruhan.
- 3) Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang.
- 4) Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
- 5) Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
- 6) Sebagai alat perencanaan ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang.
- 7) Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu membandingkan untuk beberapa periode.
- 8) Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.
- 9) Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan bagi suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya. Menurut Hani (2015) bahwa “factor yang dapat mempengaruhi likuiditas ialah unsur pembentuk likuiditas itu sendiri yaitu bagian atas aktiva lancar dan kewajiban lancar, termasuk perputaran kas, dan arus kas operasi, ukuran perusahaan, kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*), keragaman arus kas operasi, rasio utang, atau struktur utang.

Menurut Munawir (2017) bahwa “Faktor-faktor yang mempengaruhi likuiditas ialah sebagai berikut :

- 1) Kas dan Bank, ialah jumlah utang tunai yang ada pada suatu perusahaan dan saldo perusahaan yang ada pada bank yang bisa ditarik dengan segera. Yang dimaksud tabungan perusahaan pada bank, bukan pinjaman yang dapat ditarik.
- 2) Surat-surat berharga yaitu surat-surat berharga jangka pendek, misalnya saham yang dibeli tetapi bukan untuk investasi jangka Panjang melainkan untuk jangka pendek.
- 3) Piutang dagang yaitu tagihan perusahaan kepada pihak lain yang timbul akibat terdapat transaksi bisnis secara kredit.
- 4) Persediaan barang merupakan barang yang diperjual belikan oleh suatu perusahaan.
- 5) Kewajiban yang dibayar dimuka ialah biaya yang sudah dikeluarkan untuk aktivitas perusahaan yang akan datang.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan *current ratio* dapat berguna bagi para kreditor, untuk melihat bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam membayar semua kewajiban lancarnya.

2.3.4 Jenis-Jenis Rasio Likuiditas

Secara umum biasanya tujuan dari rasio likuiditas yaitu untuk menilai sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Semua itu tergantung kepada jenis rasio likuiditas yang digunakan. Untuk melakukan suatu

pengukuran rasio,terdapat jenis rasio yang masing-masing mempunyai maksud dan tujuan tersendiri.

Menurut Syafrida hani (2015), jenis-jenis rasio likuiditas ada tiga, yaitu :

- 1) *Current Ratio* (Rasio Lancar)
- 2) *Quick Ratio* (Rasio sangat lancar)
- 3) *Cash Ratio* (Rasio kas)

Berikut penjelasan dari jenis-jenis rasio yang ada diatas , yaitu :

1. **Rasio Lancar (*Current Ratio*)**

Current ratio atau rasio lancar ialah suatu rasio keuangan yang dapat menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek mereka dengan aset lancar yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Rasio lancar (*current ratio*) mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajibannya dalam jangka waktu satu tahun. Utang lancar berarti utang yang wajib dilunasi dalam satu tahun seperti utang gaji, pajak, dividen, wesel, dan lain-lain. Ketika rasio aktiva lancar jauh lebih besar dari utang lancar perusahaan, maka hal tersebut tidak selamanya bermakna baik bagi suatu perusahaan. Kemungkinan yang pertama ialah terjadi keuntungan yang besar sehingga perusahaan mempunyai kas yang besar sedangkan utang lancar yang kecil. Kemungkinan kedua adalah terjadinya ketidak efisiennya suatu perusahaan dalam mengelola aktiva lancar seperti uang kas sehingga mengendap dan tidak digunakan untuk berinvestasi.

Menurut I Made Sudana (2015), edisi kedua bahwa “*current ratio* untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk membayar utang lancar dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar rasio ini maka semakin likuid perusahaan tersebut. Namun, rasio ini mempunyai kelemahan karena tidak semua komponen aktiva lancar memiliki tingkat likuiditas yang sama”.

Sedangkan menurut Hani (2015), bahwa “*current ratio* ialah suatu alat ukur bagi kemampuan likuiditas (solvabilitas jangka pendek) yaitu kemampuan perusahaan untuk membayar hutang yang segera harus dipenuhi dengan aktiva lancar”.

Berdasarkan penjelasan dari pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *current ratio* merupakan alat ukur untuk melihat kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban lancarnya dengan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan. Untuk mengetahui rasio lancar dapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

2. Rasio Sangat Lancar (*Quick Ratio*)

Rasio cepat ialah rasio yang dapat mengukur kemampuan perusahaan untuk melunasi pasiva lancarnya dengan total aktiva lancar yang paling likuid (tanpa

memperhitungkan persediaan). Menurut Kasmir (2012) bahwa “Rasio cepat ialah rasio yang dapat menunjukkan sejauh mana kemampuan suatu perusahaan dapat membayar, atau memenuhi kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan menggunakan aktiva lancar tanpa perlu memperhitungkan inventory (nilai sediaan).

Menurut Mamduh M Hanafi dan Abdul Halim (2012) bahwa “Rasio cepat merupakan perbandingan antara aktiva lancar yang dikurangi persediaan dengan utang lancarnya. Pada rasio ini jumlah inventory atau persediaan sebagai salah satu komponen dari aktiva lancar yang harus dikeluarkan, karena persediaan ialah komponen dari aktiva lancar yang paling tidak likuid, kemudian dengan quick ratio yaitu dimaksudkan untuk membandingkan aktiva yang lebih lancar.

Untuk dapat mengetahui rasio cepat (*Quick Ratio*) dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rasio cepat} = (\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}) / \text{Kewajiban (Hutang Lancar)}$$

3. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas adalah alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Atau dapat dikatakan pengertian *cash ratio* ialah rasio yang dipakai untuk membandingkan total kas (tunai) dan setara kas perusahaan dengan kewajiban lancar perusahaan. Pada dasarnya rasio kas ini adalah penyempurnaan dari *quick ratio* (rasio cepat) yang dipakai untuk mengetahui sampai sejauh mana dana (kas dan setara kas) yang tersedia untuk dapat melunasi hutang jangka pendek atau kewajiban lancarnya.

Menghitung *cash ratio*, bermanfaat untuk mengetahui apakah perusahaan memiliki kas yang cukup bila seandainya utang jatuh tempo saat itu. Jika rasio atau perbandingan antara kas dan utang sama 1:1 misalnya, maka perusahaan memiliki kas yang cukup dan baik dari segi keuangan karena uang kas mampu menutupi semua utang perusahaan.

Menurut Kasmir (2012) bahwa “Rasio kas ialah alat yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Untuk mengetahui rasio kas (*cash ratio*) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio (CR)} = (\text{Kas} + \text{Setara Kas}) / \text{Utang Lancar}$$

Dalam penelitian ini pengukuran yang akan digunakan untuk likuiditas yaitu *current ratio*, karena *current ratio* memiliki kemampuan untuk mengukur sejauh mana aktiva lancar dapat menjamin kewajiban - kewajiban lancar, penahan kerugian dan sebagai cadangan dana lancar (Kurniawan dan Suyanto, 2015).

2.4 Pertumbuhan Penjualan

2.4.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan naiknya nilai penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Menurut Kesuma (2009) bahwa “Perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi untuk membutuhkan lebih banyak investasi dari berbagai elemen aset, baik aset tetap ataupun aset lancar”. Menurut Harahap (2016) bahwa “Pertumbuhan penjualan (*growth of sales*)

merupakan selisih antara jumlah penjualan periode sekarang dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Menurut Kasmir (2012) bahwa “Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan”.

Menurut Hatami (2016) bahwa “Pertumbuhan penjualan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan profit atau kas”. Meningkatnya pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa semakin baik suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya. Pertumbuhan Penjualan sering menggambarkan keberhasilan sebuah perusahaan.

Berdasarkan dari penjelasan diatas maka disimpulkan bahwa tingkat pertumbuhan perusahaan merupakan indikator untuk daya saing bagi suatu perusahaan didalam industri. Pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan untung dan mempertahankan untung untuk mendanai investasi di masa yang akan datang. Apabila meningkatnya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan berarti kinerja yang dilakukan oleh perusahaan menjadi lebih baik.

2.4.2 Faktor Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan

Menurut Basu Swastha (2015) bahwa “faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan penjualan yaitu :

- 1) Kondisi dan Kemampuan Penjual Transaksi,

Disini penjual harus mampu meyakinkan pembelinya, agar berhasil dalam mencapai sasaran penjualan yang telah diharapkan. Untuk maksud tersebut harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: Jenis dan karakteristik yang ditawarkan, Harga produk, Syarat penjualan seperti pembayaran, penghantaran, pelayanan purma jual, garansi dan sebagainya.

2) Kondisi Pasar Pasar

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang harus diperhatikan ialah : Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional, Kelompok pembeli atau segmen pasar, Daya beli, Frekuensi pembelinya, Keinginan dan kebutuhannya.

3) Modal

Modal biasanya digunakan untuk memperkenalkan barangnya kepada pembeli atau konsumen karena diperlukan adanya suatu usaha untuk melakukan sebuah promosi, alat transportasi, tempat peragaan baik dalam perusahaan maupun diluar perusahaan dan sebagainya.

4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, penjualan biasanya ditangani oleh bagian tersendiri yang dipegang oleh yang sudah ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

5) Faktor Lain

Faktor-faktor lain biasanya seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, yang sering mempengaruhi penjualan.

2.4.3 Manfaat dan Tujuan Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang tujuan utamanya adalah untuk dapat mengembang berbagai rencana yang strategis dan dapat di arahkan kepada kegiatan usaha untuk mampu memuaskan kebutuhan dan juga keinginan dari pembeli atau konsumen agar menghasilkan laba dan keuntungan dari hasil penjualan.

Menurut Basu swastha (2014), perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, antara lain :

- 1) Mencapai volume penjualan tertentu.
- 2) Memperoleh laba tertentu.
- 3) Meningkatkan pertumbuhan perusahaan.

Dalam mencapai tujuan tersebut harus adanya kerja sama dari beberapa pihak fungsionaris didalam perusahaan tersebut seperti bagian keuangan dalam penyediaan dana, bagian produksi dalam pembuatan produk, dan bagian personalia dalam bagian menyediakan tenaga kerja.

2.4.4 Rumus Pertumbuhan Penjualan

Menurut Rudiyanto (2015) Bahwa, Pertumbuhan penjualan adalah rasio yang dapat menunjukkan kenaikan atau penurunan penjualan yang dilakukan oleh

suatu perusahaan pada setiap tahunnya. Pengukuran penjualan dapat diukur sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{PJ - PJ_{-1}}{PJ_{-1}} \times 100\%$$

Keterangan :

- 1) PJ = Penjualan pada tahun sekarang
- 2) PJ-1 = Penjualan pada tahun sebelumnya

Pertumbuhan penjualan dapat dikatakan sebagai peningkatan penjualan suatu produk dalam jangka waktu tertentu. Pertumbuhan penjualan juga dapat menjadi sebuah tolak ukur yang dapat dipergunakan oleh para investor sebagai alat untuk mengetahui kondisi penjualan suatu perusahaan, apakah angka permintaan terus meningkat atau justru sebaliknya.

Dalam praktiknya biasanya pertumbuhan penjualan terbagi dalam dua bentuk yakni positif dan negatif. Pertumbuhan penjualan dapat dikatakan positif, apabila ketika angka penjualan saat ini lebih tinggi daripada angka penjualan pada periode sebelumnya. Dengan nilai positif, maka dapat dikatakan keuangan perusahaan berada dalam kondisi yang lebih baik dan pihak manajemen akan lebih mudah untuk menentukan strategi bisnis yang lebih baik dari sebelumnya.

Sedangkan pertumbuhan penjualan yang bernilai negatif terjadi ketika pendapatan di periode ini lebih rendah dibandingkan periode sebelumnya. Apabila terjadi penurunan secara terus-menerus dalam perhitungan pertumbuhan penjualan, maka dapat diindikasikan bahwa terjadi kesalahan yang harus segera

diperbaiki. Apabila dibiarkan terlalu lama, maka mungkin saja perusahaan akan mengalami kerugian dan berakhir bangkrut, akibat pendapatan yang kian saja terus berkurang dan tidak berkembang sama sekali.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini sebelum nya sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, dengan waktu dan tempat yang berbeda, dan dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Kristiani (2022)	Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI (2016-2020).	Variabel Independen terdiri dari profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Variable dependen terdiri dari nilai perusahaan.	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI. 2. Likuiditas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI. 3. Solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI.
2.	Ambarwati dan Vitaningrum (2021)	Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI	Variabel Independen terdiri dari Likuiditas dan Profitabilitas. Variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.	Likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Secara bersamaan likuiditas dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.
3.	Barnades dan Suprihhadi	Pengaruh Profitabilitas,	Variabel Independen terdiri	1). Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	(2020)	Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan <i>Food and Beverages</i> di BEI (2014-2018)	dari, Profitabilitas, <i>leverage</i> , likuiditas, dan Ukuran Perusahaan. Variabel Dependen yaitu Nilai Perusahaan.	perusahaan pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI. 2). <i>Leverage</i> , berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI. 3). Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI. 4). Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI.
4.	Hutabarat (2022)	Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI (2017-2019)	Variabel Independen terdiri dari Likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan Ukuran Perusahaan. Variabel Dependen yaitu profitabilitas.	1). Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. 2). Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas. 3). Ukuran berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas.
5.	pratiwi dan Yuniati (2021)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di BEI (2015-2019)	Variabel independent : Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan likuiditas Variabel Dependen : Nilai Perusahaan.	1). Berdasarkan analisis persamaan regresi bahwa profitabilitas yang di proksikan dengan ROE berpengaruh positif (searah) dengan nilai perusahaan. 2). Berdasarkan analisis persamaan regresi bahwa <i>leverage</i> berpengaruh positif (searah) terhadap nilai perusahaan. 3). Berdasarkan analisis persamaan regresi bahwa likuiditas yang di proksikan dengan <i>current ratio</i> berpengaruh negatif (tidak

No	Nama & Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				searah) terhadap nilai perusahaan
6	Zuhria Hasnia (2016)	Pengaruh <i>Current Ratio</i> , Ukuran Perusahaan Struktur Modal, Dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI PERIODE 2011-2014	Variabel Independen: <i>Current Ratio</i> , Ukuran Perusahaan Striktur Modal Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	1. <i>Current Ratio</i> Berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan 3. struktur modal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
7	Widyanovitania Sandra Defni, Yuliasuti Rahayu(2021)	Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	1. Likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
8	Dita Tesa Sampriani Limbong, Mochammad Chabachip (2016)	Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	Variabel Independen: Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	1. Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Pertumbuhan Penjualan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran Perusahaan Memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

Sumber :

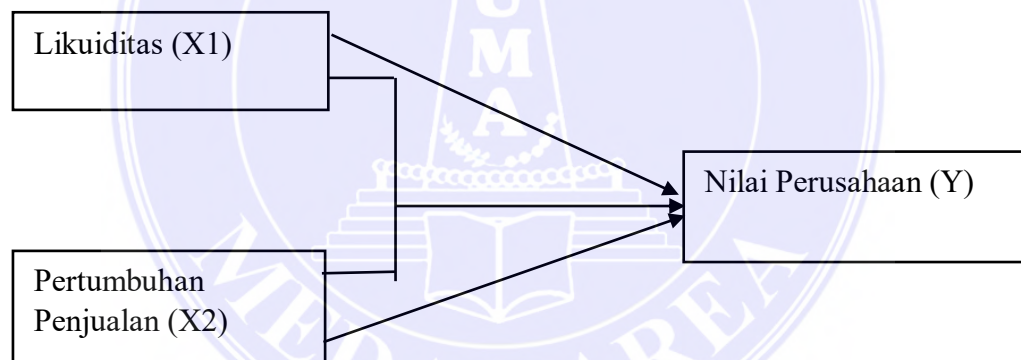
- 1) Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (2022)
- 2) Jurnal Akuntansi dan Keuangan (2021)
- 3) Jurnal Ilmu dan Riset Ilmu Ekonomi (2020)
- 4) Jurnal Akuntansi dan Keuangan (2022)
- 5) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (2021)

2.6 Keraangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah skema/bagan yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, atau kerangka konsep juga merupakan

kerangka berpikir yang membentuk teori, dengan menjelaskan keterkaitan antar variabel yang belum diketahui. Nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting meningkatkan nilai perusahaan diikuti pula oleh tingginya kemakmuran pemegang saham, dan pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan. Tingkat pertumbuhan perusahaan merupakan indikator untuk daya saing bagi suatu perusahaan didalam industri. Semakin tinggi pertumbuhan maka mendapatkan untung dan mempertahankan untung untuk mendanai investasi di masa yang akan datang. Apabila meningkatnya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan berarti kinerja yang dilakukan oleh perusahaan menjadi lebih baik.

Dari latar belakang masalah dan landasan teori yang telah jelaskan diatas maka kerangka konseptual dari penelitian ini adalah berikut ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

1. Variabel X1 (Likuiditas) mempengaruhi Y (Nilai Perusahaan).
2. Variabel X2 (Pertumbuhan Penjualan) mempengaruhi Y (Nilai Perusahaan)
3. Variabel X1 dan X2 secara simultan mempengaruhi Y (Nilai Perusahaan)

2.7 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena pada dasarnya sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiric yang terkumpul.

1. Terdapat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT.Tiga Pilar Sejahtera Tbk yang terdaftar di BEI.
2. Terdapat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT.Tiga Pilar Sejahtera Tbk yang terdaftar di BEI.
3. Terdapat pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk yang terdaftar di BEI

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif. Apabila dilihat dari jenis datanya maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, namun jika dilihat dari cara penjelasannya maka penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif.

Penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2015) Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi. Yang dimaksud Variabel

Independen adalah Likuiditas dan pertumbuhan Penjualan, sedangkan Variabel Dependen adalah nilai perusahaan.

3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara empiris. Menurut Sugiyono (2013), Studi empiris merupakan teknik yang dilakukan seorang peneliti dalam tahapan mengamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui prosedur yang dipergunakan.

Penelitian yang dilakukan secara empiris dan dengan menggunakan data dari Bursa Efek Indonesia untuk perusahaan Perdagangan tahun 2012 sampai tahun 2021. Penelitian yang dilakukan di Bursa Efek Indonesia terutama untuk perusahaan perdagangan dapat melalui media internet dengan menggunakan situs www.idx.co.id dan situs lainnya jika diperlukan dalam pengumpulan data.

Penelitian ini direncanakan di bulan September 2022 sampai dengan Januari 2023 dengan perencanaan waktu seperti yang tertera seperti tabel dibawah ini :

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2022-2023									
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pembuatan Proposal										
2	Seminar Proposal										
3	Pengambilan Data										
4	Analisis Data										
5	Seminar Hasil										
6	Penyelesaian dan Bimbingan Skripsi										
7	Pengajuan Sidang Meja hijau										

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data kuantitatif, dalam pemilihan data kuantitatif terdapat suatu problematik umumnya yang berkaitan dengan populasi data yang diteliti. Menurut Morissan (2012), populasi adalah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Yang mana kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah, perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) Sektor *Food and Beverages* pada tahun 2016-2021 yaitu Perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera Tbk.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel yaitu laporan keuangan PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk dari tahun 2016-2021. Dimana untuk sebuah teknik pengumpulan sampel yang dipakai merupakan seluruh anggota populasi yang dipergunakan menjadi sampel yaitu seluruh laporan keuangan perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera Tbk 2016-2021.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data dalam penelitian yang dapat diukur, dihitung, serta dapat dideskripsikan dengan menggunakan angka.

3.3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder merupakan jenis data tambahan yang tidak diperoleh dari sumber utama, tetapi sudah melalui sumber kesekian. Data sekunder yang di publikasikan Bursa Efek Indonesia. yaitu laporan keuangan periode 2016-2021 yang dapat di akses melalui website resmi perusahaan yaitu :

www.idx.co.id dan <https://fksfs.co.id/relasi-investor/laporan-tahunan/>

3.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam menjelaskan mengenai variable yang diteliti, konsep, indikator, satuan ukuran, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variable sangat diperlukannya operasionalisasi variabel. Menurut Sugiyono (2015) bahwa, Operasional variabel penelitian ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti agar dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Selain itu, tujuannya ialah untuk mempermudah pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Penulis menggunakan dua variable didalam penelitian ini, yaitu dua variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Dengan berdasarkan judul Penelitian yaitu Pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 3. 2 Waktu Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Likuiditas	Likuiditas ialah rasio keuangan yang menunjukkan kesanggupan finansial suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya.	$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$

2.	Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan penjualan suatu produk dalam jangka waktu tertentu.	$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{PJ - PJ_{-1}}{PJ_{-1}} \times 100\%$
3.	Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah studi dokumentasi, yang berupa Langkah yang paling utama dalam penelitian yang cenderung menggunakan data sekunder, karena mendapatkan data merupakan tujuan utama dari penelitian. Dalam penelitian ini data yang digunakan ialah data kuantitatif yang sumber nya dari data sekunder. Data sekunder merupakan Sumber data yang digunakan dan yang diperoleh dengan mengambil data-data yang berasal dari hasil riset yang dilakukan pada laporan keuangan perusahaan PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk 2016-2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara pemetaan, penguraian, perhitungan, hingga pengkajian data yang telah terkumpul agar dapat menjawab rumusan masalah dan memperoleh kesimpulan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2018) bahwa teknik analisis data merupakan cara yang dapat digunakan berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Dimana menurut Sugiyono (2018) teknik analisis data kuantitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden (populasi/sampel) terkumpul. Mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden adalah kegiatan dalam analisis data, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.6.1 Analisis Data Statistik Deskriptif

Teknik analisis deskriptif adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisa data cara mendeskriptifkan, menyederhanakan, dan menyajikan data sampel kedalam bentuk yang teratur agar mudah dipahami. Menurut Sugiyono (2018) bahwa Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi (seluruh kelompok bukan hanya sampel) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Tetapi bila penelitian dilakukan pada sampel, maka analisisnya dapat menggunakan statistik deskriptif maupun inferensial.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018) bahwa uji asumsi klasik merupakan metode statistik pada analisis regresi liner berganda yang bertujuan untuk menilai apakah terdapat masalah asumsi klasik atau tidak pada model *regresi linear Ordinary Least Square* (OLS). Fungsi asumsi klasik untuk mengetahui apakah model

regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representative atau tidak. Dalam penelitian ini dikemukakan Uji asumsi klasik ini antara lain.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data terdistribusi dengan normal atau tidak. Dalam sebuah penelitian biasanya uji normalitas wajib digunakan, karena uji normalitas merupakan model regresi baik yang harus memenuhi distribusi normal. Menurut Ghazali (2017) bahwa “Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal”.

Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan antara lain :

- a) Apabila nilai signifikansi diatas 5 % atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal.
- b) Apabila jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5 % atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan linier antara variable bebas. Dalam penelitian adanya multikolinearitas dapat memberikan efek tingginya suatu variable pada suatu sampel. Menurut Ghazali (2017) “bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau

sempurna antar variable independen”. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada kolerasi diantara variable. Jika terdapat kolerasi yang tinggi diantara variable bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu.

Menurut Ghozali (2017) bahwa “dengan tingkat signifikan 90%, adanya multikolinearitas antar variabel independent dapat dideteksi dengan menggunakan matriks kolerasi dengan ketentuan berikut ini” :

- a) Jika nilai matriks kolerasi antar dua variabel independen lebih besar dari ($>$) 0,90 maka terdapat multikolinearitas.
- b) Jika nilai mstriks kolerasi antar dua variabel independent lebih kecil ($<$) 0,90 maka tidak terdapat multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2017) bahwa “Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain”. Apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain konstan, maka dapat disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Jika residual satu pengamatan ke pengamatan lain konstan atau homoskedastisitas atau terjadi heteroskedastisitas maka model regresinya dianggap baik.

Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi

heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

4. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2017) bahwa “Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dapat dikatakan bahwa autokorelasi dapat digunakan untuk mengecek apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode sebelumnya atau $t-1$.

Muncul autokorelasi dikarenakan observasi yang berurutan dari waktu ke waktu berkaitan satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui autokorelasi dengan menggunakan uji tabel Durbin-Waston (DW), dengan dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi ialah :

- a) Jika nilai DW terletak antara batas atas atau upper bound (d_U) dan ($4-d_U$) maka koefisien autokorelasinya sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b) Jika DW lebih rendah dari batas bawah atau lower bound (d_L) maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti terdapat autokorelasi positif.
- c) Jika DW lebih besar dari ($4-d_U$) maka koefisien autokorelasinya lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi.
- d) Jika nilai DW terletak antara batas atas (d_U) dan bawah (d_L) atau DW terletak antara ($4d_U$) dan ($4-d_L$) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.6.3 Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dapat digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Menurut Hengky (2013) bahwa “Analisis regresi linear berganda merupakan salah

satu teknik analisis regresi yang bisa digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen”.

Untuk menguji hipotesis analisis regresi berganda biasanya hipotesis Analisis regresi berganda (*multiple regression*) yang digunakan sebagai alat untuk mengujinya. Untuk menguji hipotesis tersebut bisa menggunakan software SPSS karena mampu menghasilkan output untuk dianalisis lebih lanjut. Untuk itu diformulasikan model regresi dalam penelitian berikut ini :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X = Variabel Independen (Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan)

E = Standard Error

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2018) bahwa “Uji t digunakan untuk dapat mengetahui masing-masing sumbangan dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \varepsilon$ dengan menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2014) untuk dapat menghitung nilai signifikan nilai t dapat menggunakan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Distribusi t

r = Koefisien korelasi parsial

r² = Koefisien determinasi

n = Jumlah data

Dasar keputusan yang dapat diambil dari pengujian ini adalah dengan :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji apakah variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel tidak bebas biasanya menggunakan uji F. Menurut Sugiyono (2018) bahwa “terdapat hubungan yang positif dan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat”. Untuk menguji apakah masing-masing dari variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan $\alpha = 0,05$. Maka rumus Uji F yaitu :

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R² = Koefisien Determinasi

K = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah anggota Sampel

- 1) Jika signifikan $F < 0.10$ maka H_0 ditolak artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel independen.
- 2) Sebaliknya, jika $F > 0.10$ maka H_0 diterima artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen Y . Guna untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependen yang disebabkan oleh variasi variabel independen.

Nilai koefisien determinasi ialah antara nol dan satu yaitu ($0 < R^2 < 10$). Jika Nilai R^2 yang terkecil berarti kemampuan variabel independen X dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan jika Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

Kelemahan yang paling mendasar dari penggunaan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Jika Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Oleh karena itu beberapa peneliti menganjurkan untuk menggunakan Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi dimana model regresi terbaik. Analisis koefisien determinasi merupakan analisis atau uji untuk melihat pengaruh antar variabel yang diteliti. Rumus koefisien determinasi (K_d) yaitu:

$$K_d = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji bagaimana Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera *Food* yang terdaftar di BEI. Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Rasio likuiditas secara parsial (uji t) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Tiga Pilar Sejahtera yang terdaftar di BEI periode 2016-2021. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis uji t (uji parsial) dimana nilai koefisien regresi sebesar 2,516 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,020 < 0,1$.
2. Pertumbuhan Penjualan secara parsial (uji t) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Tiga Pilar Sejahtera yang terdaftar di BEI periode 2016-2021. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis uji t (uji parsial) dimana nilai koefisien regresi sebesar -1,305 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,20 > 0,10$.

Variabel X (*independent variabel*) secara bersama sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Tiga Pilar Sejahtera yang terdaftar di BEI periode 2016-2021. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji simultan (uji f) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,057 < 0,10$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka beberapa saran yang dikemukakan oleh peneliti dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan

Bagi pengusaha seperti perusahaan, investor, kreditor dan masyarakat hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk kepentingan masing-masing dari setiap pihak. Pemilik perusahaan hendaknya melihat likuiditas, dan pertumbuhan penjualan. Perusahaan diharapkan untuk menekankan likuiditas agar berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan, karena terbukti dalam penelitian ini likuiditas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu perusahaan diharapkan untuk lebih memperhatikan pertumbuhan penjualan, karena terbukti pertumbuhan penjualan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat mengganti atau menambahkan jumlah sampel, dalam penelitian ini yang relevan terhadap Nilai Perusahaan dan memperpanjang periode penelitian yang tidak terbatas ataupun mencoba menambah sampel yang lebih besar dan meneliti dari sektor lain yang ada di Bursa Efek Indonesia, dan juga menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliana Nabila Barnades, H. S. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS DAN UKURAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 9, 20*.
- Astutil, N. K. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 5*.
- Ayu Indra Dinigrat.(2021).*Pengaruh Likuiditas Non Debt Tax Shield Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal.Bali*
- Basu, Swastha. (2014). *Manajemen Penjualan*. BPFE : Yogyakarta.
- Christiawan, L. P. (2013). Analisa Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas Pada Industri Ritel yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2012. *BUSINESS ACCOUNTING REVIEW, VOL. 1, No. 2*.
- Defni, W. S. (2021). PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Volume 10, Nomor 4, 2460-0585*.
- Dirganpratiwi, P. (2021, April). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN LIKUIDITAS TERHADAP. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 10, Nomor 4, 17*.
- Dwipa, I. K. S., Kepramareni, P., & Yuliasuti, I. A. N. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma, 2(1), 77-89*.
- Eldya crisman tamba.(2020). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Profitablitas Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Bei”*
- 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, I(2), 468-476*.
- Faldy.G.Lumentut (2019). Pengaruh Likuiditas dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Indeks Kompas Periode 2012-2016
- Faldy G. Lumentut, M. M. (2019). PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, DAN AKTIVITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANNUFAKTUR YANG

TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS100 PERIODE 2012-2016.
Jurnal EMBA, Vol.7 No.3, Hal. 2601 – 2610.

- Ghozali, P. H. I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (sembilan). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2015). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. RajaGrafindo Persada : Jakarta
- Hasania, Z. (2016). PENGARUH CURRENT RATIO, UKURAN PERUSAHAAN STRUKTUR MODAL, DAN ROE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011 – 2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 16 No. 03*.
- HIDAYAT.(2018).*Pengaruh Manajemen Pertumbuhan Penjualan dan UkuranPerusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bei Periode 2014-2016 Riau*.
- I Gusti Ayu Diah Novitas Yanti.(2019) Pengaruhi Fortabilitas Ukuran Perusahaan Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman.Bali
- Ira Septriani.(2019). Pengaruh Likuiditas firm Size dan Profitablitas Terhadap Nilai Perusahaan.Semarang
- Ira Septriana, H. F. (2019). Pengaruh Likuiditas, Firm Size, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Indonesia, Vol. 8 No. 2*, 109 - 123.
- Jeny Ambarwati.(2021).*Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap NilaiPerusahaan Karawang*.
- Kasmir. (2012). Analisa Laporan Keuangan. Penerbit Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Laverge.(2021). *Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap NilaiPerusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel mediasi. Jawa Tengah*.
- Martoinus ndruru.(2020). Pengaruhi Likuiditas Laverge dan Profitabilitas Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2015-2017
- Mery, K. N. (2017). PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS. *JOM Fekon, Vol. 4 No.1*.
- Nilawati Dewi.2018. Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Perusahaan Dengan Variabel Struktur Modal Pebagai Variabel Intervening.Semarang

- Ni Putu Intan Wulandari.(2019). Pengaruh Likuitas Non Debt Tax Shield Ukuran Perusahaan Penjualan Terhadap Struktur Modal.Bali.
- Ni Komang.(2017). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Melalui Kebijakan Deviden. Bali (Dirganpratiwi, 2021)
- Ratna Uli.(2020).*Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal dan Profitabilitas.*
- Retno Ajeng Kristianti, S. (2022, Agustus). PENGARUH PROFITABILITA S, LIKUIDITAS, DAN SOLVABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Volume 11, Nomor 8.*
- Risa Apriyani 2021. Pengaruh Profitabili Tas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating, Magelang.
- Selin lumoly.(2018). *Pengaruh Likuiditas Ukuran Perusahaan dan Fortabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.*
- Sugianto.(2019).Pengaruh Likuitas Profibilitas Dan Goos Corprate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pamulang.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D (Y. S. Suryandari (ed.); 3rd ed.). Bandung: Alfabeta. Selin lumoly.(2018). *Pengaruh Likuiditas Ukuran Perusahaan dan Fortabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.*
- Ulfinabella Risnawati Aryanto, K. H. (2018). PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN AKTIVITAS TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI. *Seminar Nasional IENACO.*
- Vety Ferdiana Avisya.J.(2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuidas Terhada Nilai Perusahaan.Magelang.
- Weny Cintia Dewi, M. Y. (2020). Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI).*

LAMPIRAN

The logo of Universitas Medan Area is a circular emblem. It features a central figure of a person standing on a tiered platform, holding a book. Above the figure is a star and a banner with the letters 'U' and 'A'. The words 'UNIVERSITAS' and 'MEDAN AREA' are written in a circular path around the central figure.

LAMPIRAN 1 : DATA PENELITIAN

Tahun	Triwulan	<i>Current Ratio</i>	Pertumbuhan Penjualan	Nilai perusahaan
2016	triwulan 1	1,65174085	0,224100852	2690,513
	triwulan 2	1,74351525	0,225430678	3806,794
	triwulan 3	2,1859507	0,105477692	4053,101
	triwulan 4	2,37555115	0,08896928	5117,275
2017	triwulan 1	2,34445376	-0,256896595	276105,6
	triwulan 2	1,63303826	-0,14713997	4157,66
	triwulan 3	1,62241661	-0,174693159	1857,492
	triwulan 4	1,16249589	-0,248262671	1805,505
2018	triwulan 1	0,17630836	-0,728937405	1745,856
	triwulan 3	0,19972439	-0,763708369	540,9097
	triwulan 4	0,15237522	-0,678239503	369,3383
2019	triwulan 1	0,15043199	-0,011370455	312,3778
	triwulan 2	0,36569565	-0,079737434	307,9139
	triwulan 3	0,36100614	0,11391323	300,2831
	triwulan 4	0,41135531	-0,046004933	652,3194
2020	triwulan 1	0,69053633	-0,008330772	1823,136
	triwulan 2	0,77699912	-0,118409258	1636,041
	triwulan 3	0,78959569	-0,092932816	2196,565
	triwulan 4	0,81285968	-0,150352185	6138,584
2021	triwulan 1	0,79940514	0,032681089	5281,829
	triwulan 2	0,76302167	0,152326024	3990,007
	triwulan 3	0,74270813	0,624482174	3913,817
	triwulan 4	0,60109441	0,185102674	3139,478

LAMPIRAN II : OUTPUT HASIL UJI STATISTIKA**1. Analisis Statistik Deskriptif****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	23	,15043	2,37555	,9787948	,71829249
X2	23	-,76371	,62448	-,0761970	,32025383
Y	23	300,28305	276105,64150	14432,2798255	57069,99883976
Valid N (listwise)	23				

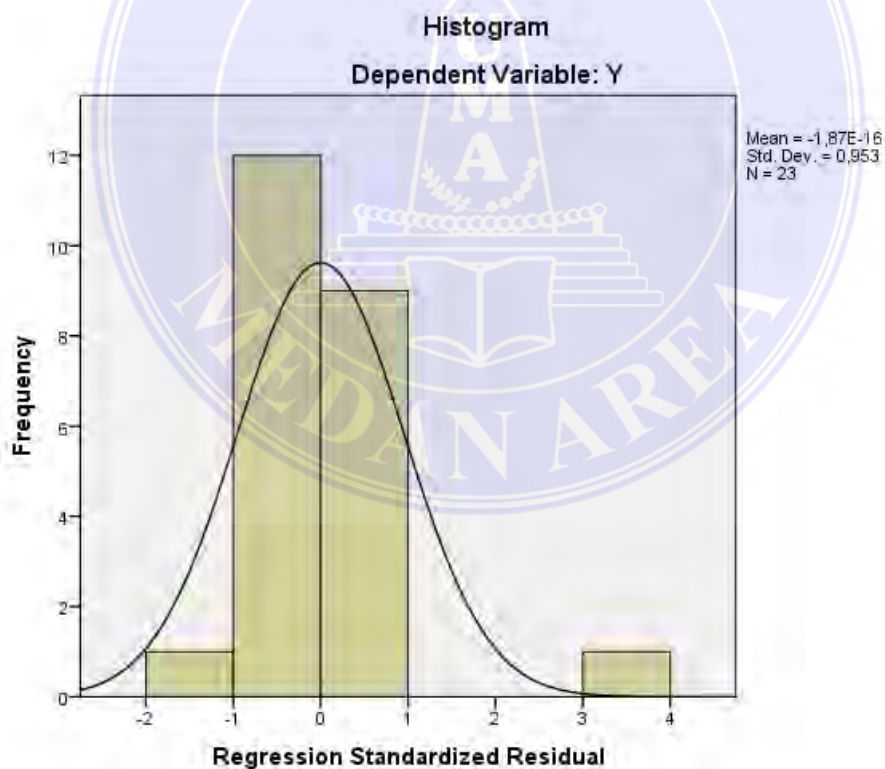
2. Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		23
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	49435,60424525
	Absolute	,237
Most Extreme Differences	Positive	,237
	Negative	-,119
Kolmogorov-Smirnov Z		1,135
Asymp. Sig. (2-tailed)		,152

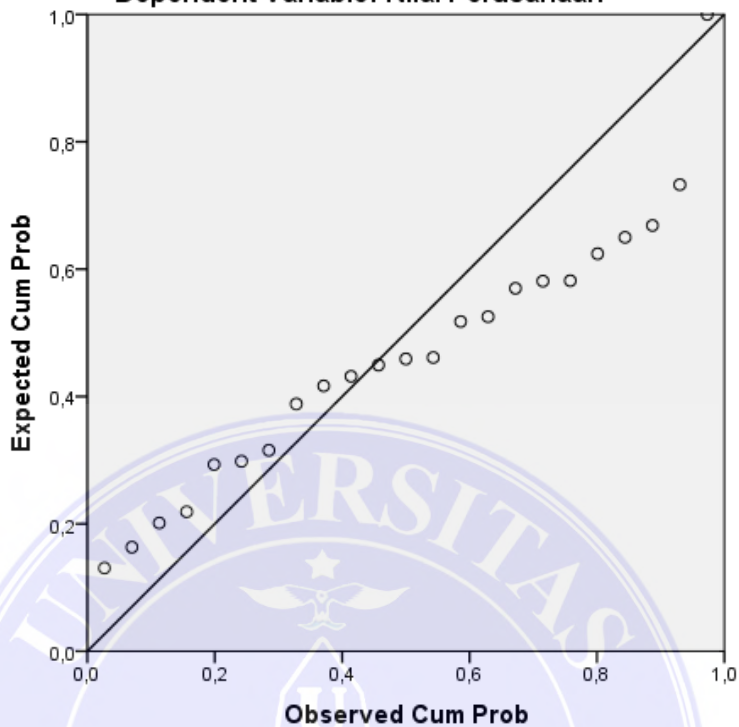
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

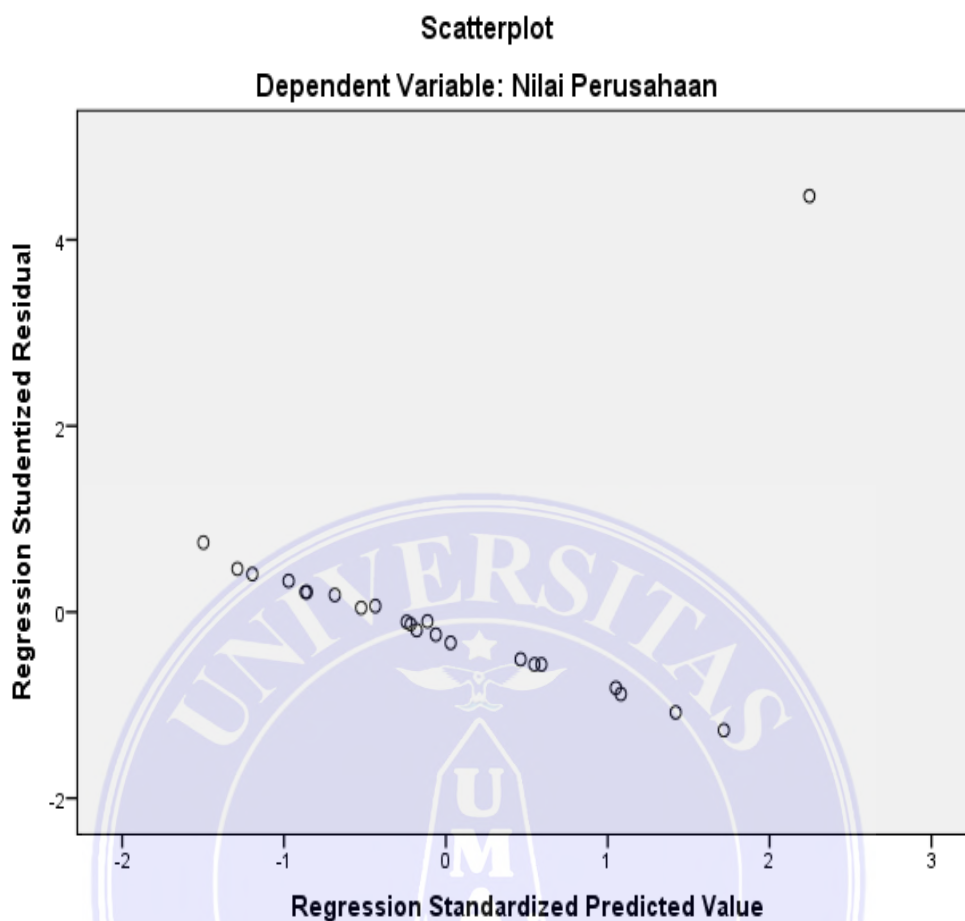
Dependent Variable: Nilai Perusahaan



Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
CR	,908	1,102
Pertumbuhan Penjualan	,908	1,102

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,500 ^a	,250	,175	51848,49915	2,336

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, CR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

3. Analisa Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-28953,689	20023,937		-1,446	,164		
CR	40646,744	16152,311	,512	2,516	,020	,908	1,102
Pertumbuhan Penjualan	-47260,995	36227,774	-,265	-1,305	,207	,908	1,102

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

4. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-28953,689	20023,937		-1,446	,164		
CR	40646,744	16152,311	,512	2,516	,020	,908	1,102
Pertumbuhan Penjualan	-47260,995	36227,774	-,265	-1,305	,207	,908	1,102

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17888327610,502	2	8944163805,251	3,327	,057 ^b
	Residual	53765337276,040	20	2688266863,802		
	Total	71653664886,542	22			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

5. Uji Koefisien

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,500 ^a	,250	,175	51848,49915	2,336

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, CR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan





FORMULIR KETERANGAN

Nomor : Form-Riset-00269/BEIPSR/05-2023
Tanggal : 30 Mei 2023

Kepada Yth. : Sari Nuzullina R,SE,Ak,M.Acc
Wakil Dekan Bidang Pendidikan dan Penelitian
Universitas Medan Area

Alamat : Jalan Kolam No. 1
Medan

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Dwi Badriyah
NIM : 188320135
Jurusan : Manajemen

Telah menggunakan data data yang tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Rasio Likuiditas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan PT Tiga Pilar Sejahtera Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021"

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

Hormat kami,

M. Pintor Nasution
Kepala Kantor

Indonesia Stock Exchange Building, Tower T6th Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190 – Indonesia
Phone: +6221 515 0515, Fzx: +6221 515 0330, TollFree: 0800 1009000, Email: callcenter@idx.co.id

