

**PENGARUH LIKUIDITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)  
Program Studi Akuntansi Keuangan*



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**Oleh :**

**Nama** : ARIS SETIAWAN  
**NPM** : 1405170134  
**Program Studi** : Akuntansi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam sidang yang diselenggarakan pada hari JUMAT, Tanggal 11 Oktober 2019, Pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang :

**MEMUTUSKAN**

Nama : ARIS SETIAWAN  
NPM : 1405170134  
Program Studi : AKUNTANSI  
Judul Skripsi : PENGARUH LIKUIDITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA  
Dinyatakan : (B/A) *Lulus Yudisum dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

**TIM PENGUJI**

**PENGUJI I**

(PANDAPOTAN RITONGA, SE. M.Si)

**PENGUJI II**

(M. FIRZA ALFI, SE. M.Si)

**Pembimbing**

(DR. MUHYARSYAH, SE., M.Si)

**PANITIA UJIAN**

**Ketua**

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)

**Sekretaris**

(ADE GUNAWAN, SE., M.Si)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini disusun oleh :

**NAMA : ARIS SETIAWAN**  
**NPM : 1405170134**  
**PROGRAM STUDI : AKUNTANSI**  
**KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN**  
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH LIKUIDITAS DAN PERTUMBUHAN  
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Disetujui untuk memenuhi persyaratan diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Oktober 2019

Pembimbing Skripsi

(Dr. MUHYARSYAH, S.E., M.Si.)

Diketahui/ Disetujui  
Oleh:

Ketua Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

  
(FITRIANI SARAGIH, S.E., M.Si.)

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

  
(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

**Nama Lengkap** : ARIS SETIAWAN  
**NPM** : 1405170134  
**Program Studi** : AKUNTANSI  
**Konsentrasi** : KEUANGAN  
**Judul Skripsi** : PENGARUH LIKUIDITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

TGL	MATERI BIMBINGAN	PARAF	KETERANGAN
27/09/2019	Perbaikan bab IV Identifikasi data dan analisa data		
07/10/2019	Perbaikan bab V perbaiki lampiran perbaiki daftar isi perbaiki daftar isi daftar gambar perbaiki daftar tabel		


Dosen Pembimbing

Dr. MUHYARSYAH, SE., M.Si

Medan, Oktober 2019  
 Diketahui/ Disetujui Oleh  
 Ketua Program Studi Akuntansi

  
 FITRIANI SARAGIH, SE., M.Si

## SURAT PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya Aris Setiawan NPM. 1405170134 menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh Undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan atau memplagiat, menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan disuatu perguruan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak ada terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu didalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bilamana dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar saya bersedia mengajukan banding dan menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian skripsi dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan penarikan ijazah sarjana dan traksrip nilai yang telah saya terima

Medan, 21 Oktober 2019

enyatakan



**Aris Setiawan**  
**1405170134**

## **ABSRTAK**

**ARIS SETIAWAN, 1405170134, Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. 2019.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

Pendekatan penelitian dengan menggunakan kuantitatif asosiatif. Populasi pada penelitian ini seluruh Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI, dimana jumlah perusahaan sebanyak 5 perusahaan dan sampel dari penelitian sebanyak 5 perusahaan dengan 3 tahun pengamatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif, analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis, Uji Determinan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi, Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi dan Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018

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

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur bagi ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam menyelesaikan proposal ini, dimana proposal ini sangat penulis butuhkan dalam rangka sebagai kelengkapan penulis untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan segala keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan para pembaca berkenan memberikan saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan proposal ini. Selanjutnya, tak lupa penulis juga dengan rasa hormat mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda telah banyak berkorban dan membesarkan, mendidik serta memberikan dukungan baik moral dan material, sehingga penulis dapat memperoleh keberhasilan.
2. Bapak Dr. H. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri, SE,MM, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Fitriani Saragih, SE, M.Si, Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Ibu Zulia Hanum, SE, M.Si, Selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Dr. Muhyarsyah, SE, M.Si, Selaku dosen pembimbing saya dalam penyelesaian proposal.
7. Kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis, semoga kita bisa sukses selalu.

Seiring doa dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis serta dengan menyerahkan diri kepada Nya, seraya mengharapkan ridho Nya dan dengan segala kerendahan hati penulis menyerahkan Tugas Akhir ini yang jauh dari kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT, Akhirnya, penulis mengharapkan semoga proposal ini dapat mendatangkan manfaat bagi kita semua, Aamiin... ya Rabbal Alaamiin...

Medan, Januari 2019  
Penulis

**ARIS SETIAWAN**  
**1405170134**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
A. Uraian Teori.....	11
1. Nilai Perusahaan.....	11
a. Pengertian Nilai Perusahaan .....	11
b. Tujuan Maksimalkan Nilai Perusahaan .....	12
c. Konsep Nilai Perusahaan .....	13
d. Metode Pengukuran Nilai Perusahaan .....	14
2. Rasio Likuiditas .....	21
a. Pengertian Rasio Likuiditas .....	21
b. Tujuan dan Manfaat Rasio Likuiditas .....	21
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Likuiditas .....	23
d. Jenis-Jenis Rasio Likuiditas .....	24
3. Pertumbuhan Penjualan.....	27

a.	Pengertian Pertumbuhan Penjualan.....	27
b.	Arti Penting Pertumbuhan Penjualan.....	27
c.	Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan .....	28
d.	Manfaat dan Tujuan Penjualan .....	29
e.	Rumus Pertumbuhan Penjualan .....	30
4.	Penelitian Terdahulu.....	31
B.	Kerangka Konseptual.....	34
C.	Hipotesis .....	38
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
A.	Pendekatan Penelitian .....	39
B.	Definisi Variabel Penelitian.....	39
C.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
D.	Populasi dan Sampel .....	42
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
F.	Teknik Analisa Data .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A.	Hasil Penelitian .....	48
1.	Gambaran Bursa Efek Indonesia.....	48
2.	Analisis Data .....	49
3.	Statistik Deskriptif .....	51
4.	Pengujian Asumsi Klasik .....	52
5.	Hasil Analisis Data.....	56
B.	Pembahasan.....	61

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	64

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Keuangan 5 Perusahaan Telekomunikasi Di BEI .....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1	Waktu Penelitian.....	42
Tabel 3.2	Daftar Nama Perusahaan .....	43
Tabel 4.1	Daftar Nama Perusahaan .....	49
Tabel 4.2	Hasil Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4.3	Kolmogorov .....	54
Tabel 4.4	Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.5	Regresi Linear Berganda .....	57
Tabel 4.6	Uji Parsial .....	58
Tabel 4.7	Uji Simultan.....	59
Tabel 4.8	Koefisien Determinasi .....	60
Tabel 4.9	Koefisien Korelasi .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	38
Gambar 4.1 Histogram.....	53
Gambar 4.2 <i>P-Plot</i> .....	53
Gambar 4.2 Heteroskedastisitas.....	56

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi, memiliki tujuan umum di dirikannya perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan dengan cara memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya, serta bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan dan mengelola modal, utang dan aset yang dimilikinya. Dalam hal ini perlu adanya manajemen keuangan perusahaan karena fungsi manajemen keuangan itu sendiri yaitu memaksimalkan kemakmuran para pemilik perusahaan atau para pemegang saham.

Jika perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya, serta dapat memanfaatkan dan mengelola modal, utang dan aset yang dimilikinya secara maksimal maka hal ini perusahaan kemungkinan besar mendapatkan keuntungan yang besar, sehingga dapat mempengaruhi nilai dari perusahaan di mata pemodal maupun investor.

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Menurut Sulasmiyati, et.al (2015) nilai perusahaan dapat dilihat dari perkembangan harga saham perusahaan di pasar saham. Harga saham yang tinggi berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik menjadi prospek perusahaan yang positif di masa depan. Menurut Husnan dalam

Nuzula, et.al (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.

Nilai perusahaan terlihat pada harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan (Sudana, 2011:7). Nilai perusahaan dapat memakmurkan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Dimana pengukuran atas nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV).

Menurut Husnan. S dan Pudjiastuti (2012:258) *Price Book Value* (PBV) merupakan perbandingan antara harga pasar dan nilai buku saham. Untuk perusahaan yang berjalan dengan baik, menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin tinggi rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai dari para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang ditanamkan oleh perusahaan. Jadi, *price book value* adalah Perbandingan dengan harga saham dengan nilai buku saham (Chandra Pami Hemastuti, 2014). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas dan pertumbuhan penjualan.

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang mana dapat meningkatkan nilai perusahaan karena nilai hutang yang sedikit namun nilai likuiditas yang tinggi juga menunjukkan banyak dana perusahaan yang menganggur yang pada akhirnya mengurangi kemampuan laba perusahaan. Likuiditas merupakan ukuran kinerja perusahaan dalam

kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang segera harus dilunasi yaitu kewajiban keuangan yang jatuh temponya sampai dengan 1 tahun (Sitanggang, 2012).

Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban finansialnya secara tepat waktu berarti perusahaan dalam keadaan likuid dan perusahaan tersebut punya alat pembayaran ataupun aktiva yang lebih besar dari hutang lancarnya. Jadi, dengan melihat likuiditas suatu perusahaan pihak kreditur juga dapat menilai baik buruknya perusahaan tersebut.

Menurut Kasmir (2012 hal. 121) rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kumpulan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Artinya perusahaan mampu membayar utang ketika ditagih atau utang yang sudah jatuh tempo. Jika perusahaan tidak mampu atau mengalami keterlambatan dalam membayar utang, hal ini akan mengakibatkan nilai perusahaan di mata investor, dan peminjam modal kurang baik sehingga mereka akan mempertimbangkan atau ragu-ragu dalam investasi dan meminjamkan modalnya kembali.

Salah satu rasio yang sering digunakan dalam menghitung tingkat likuiditas yaitu rasio lancar (*current ratio*). Rasio lancar mengukur kemampuan perusahaan memenuhi utang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya dan rasio ini digunakan untuk mengetahui kesanggupan memenuhi kewajiban jangka pendek karena rasio ini menunjukkan seberapa jauh tuntutan dari kreditur jangka pendek dipenuhi oleh aktiva yang diperkirakan akan menjadi uang tunai dalam periode yang sama dengan jatuh tempo utang. Kemampuan

perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya atau membayarkan dividen kepada para pemegang saham tepat pada waktunya.

Semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin baik posisi perusahaan. Terdapat kemungkinan untuk perusahaan membayar kewajibannya tepat waktu, kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek akan ditanggapi positif oleh pasar, pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan saat tingkat likuiditas tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Maka likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Wulandari, 2013)

Selain tingkat likuiditas, pertumbuhan penjualan juga dapat meningkatkan nilai pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan adalah proses penambahan ukuran atau volume dari penjualan. Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Perusahaan yang baik tentunya memiliki penjualan yang terus bertumbuh karena penjualan merupakan ujung tombak kegiatan perusahaan.

Penjualan menjadi sebuah hal yang sangat penting bagi perusahaan, sebab nilai keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari suatu aktivitas penjualan menjadi sumber yang membentuk nilai keseluruhan perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat maka akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat

investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan (Sari, 2013).

Semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan (Dramawan, 2015). Pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan dimasa yang akan datang. Apabila dalam pertumbuhan penjualan dikatakan baik dan semakin meningkat, maka dapat mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan suatu harapan dari pemilik perusahaan. Penjualan memiliki pengaruh yang besar bagi perusahaan dalam mendapatkan profit atau keuntungan yang harus didukung dengan harta atau aktiva perusahaan.

Bursa Efek Indonesia telah menjadi bagian penting dalam suatu perekonomian Indonesia. Selain dalam pendanaan yang diperoleh dari sektor telekomunikasi, pasar modal pada Bursa Efek Indonesia dapat menjadi suatu alternatif pendanaan bagi semua sektor perusahaan di Indonesia yang memungkinkan bagi para pemodalnya untuk dapat membuat pilihan atas suatu investasi yang diinginkan sesuai dengan risiko dan tingkat keuntungan yang diharapkan.

Berikut akan disajikan tabel dari data keuangan untuk 5 perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Laporan Keuangan 5 Perusahaan Telekomunikasi Di BEI**  
**(dalam jutaan) 2016 – 2018**

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Tahun</b>	<b>Aset Lancar</b>	<b>Hutang Lancar</b>	<b>Penjualan</b>	<b>PBV</b>
PT Bakrie Telecom Tbk	2016	43.516	8.191.029	172.005	-0.12
	2017	5.266	8.933.611	7.871	-0.13
	2018	1.616	10.096.465	8.526	-0.12
PT Indosat Tbk	2016	8.073.481	19.086.592	29.184.624	0,090
	2017	9.479.271	16.200.457	29.926.098	0.025
	2018	7.906.525	21.048.365	23.139.551	0.226
PT XL Axiata Tbk	2016	6.806.863	14.477.039	21.341.425	1.18
	2017	7.180.742	15.226.516	22.875.662	1.46
	2018	7.058.652	15.733.294	22.938.812	0.99
PT Smartfren Telecom Tbk	2016	2.318.664	5.124.263	3.637.385	0.202
	2017	2.570.225	6.411.201	4.668.495	0.283
	2018	1.987.582	6.113.366	5.490.311	0.176
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	2016	47.701.000	39.762.000	116.333	4.32
	2017	47.561.000	45.376.000	128.256	3.99
	2018	43.268.000	46.261.000	130.784	3,50

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Dalam laporan keuangan dari diatas yang dapat dilihat dari jumlah aset lancar untuk 4 perusahaan yaitu PT Bakrie Telecom Tbk, PT Indosat Tbk, PT XL Axiata Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk untuk tahun 2016 sampai tahun 2018 masih jauh berada dari jumlah hutang lancar perusahaan. Sedangkan untuk PT Telekomunikasi Indonesia Tbk jumlah aset lancar melebihi dari jumlah hutang lancar perusahaan

Besarnya hutang lancar perusahaan dibandingkan dengan aset lancar perusahaan menunjukkan bahwa harta perusahaan untuk membayar utang lancarnya mengalami penurunan, hal ini menunjukkan bahwa tingkat likuid perusahaan mengalami penurunan.

Menurut Kasmir (2012:128) menyatakan bahwa “Ketidakmampuan perusahaan membayar kewajibannya terutama jangka pendek disebabkan oleh

berbagai faktor, yaitu: dikarenakan memang perusahaan sedang tidak memiliki dana sama sekali, atau mungkin saja perusahaan memiliki dana, namun saat jatuh tempo perusahaan tidak memiliki dana.

Sedangkan untuk jumlah penjualan perusahaan untuk ke 5 perusahaan dalam waktu 2016 sampai tahun 2018 cenderung mengalami peningkatan. Menurut Basu Swastha (2014 : 404) tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba tertentu dan untuk menunjang pertumbuhan perusahaan.

Dan untuk laba perusahaan ditahun jumlah laba untuk untuk 4 perusahaan yaitu PT Bakrie Telecom Tbk, PT Indosat Tbk, PT XL Axiata Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk untuk tahun 2016 sampai tahun 2018 mengalami penurunan, bahkan perusahaan mengalami kerugian. Sedangkan untuk PT Telekomunikasi Indonesia Tbk untuk laba perusahaan ditahun 2016 sampai tahun 2018 mengalami peningkatan. Penurunan yang terjadi atas laba perusahaan terjadi dikarenakan besarnya biaya atas hutang yang dikeluarkan oleh perusahaan. Menurut Kasmir (2012 : 196) menyatakan bahwa tujuan akhir ingin dicapai perusahaan terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal.

Berdasarkan dari peneliti sebelumnya. Peneliti Ni Kadek Ayu (2016) dimana hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan investment opportunity set berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014, likuiditas dan pertumbuhan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014.

Berdasarkan dari uraian diatas sangat penting dalam pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan dari likuiditas dan juga dari tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan , maka penulis tertarik untuk mengangkat judul mengenai“ **Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang dikemukakan diidentifikasi masalah adalah:

1. Jumlah hutang lancar beberapa perusahaan terlalu besar.
2. Jumlah penjualan beberapa perusahaan mengalami penurunan
3. Beberapa perusahaan mengalami kerugian.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?
2. Apakah ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?
3. Apakah ada pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **Tujuan**

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 telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

### **Manfaat**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, baik bagi peneliti, perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya. Manfaat yang 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 Akademis,

Penelitian ini dapat dijadikan perbandingan dan tambahan referensi yang dapat digunakan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya dengan penelitian yang sama.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teori**

##### **1. Nilai Perusahaan**

###### **a. Pengertian Nilai Perusahaan**

Salah satu tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan yang digunakan sebagai pengukur keberhasilan suatu perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Martono dan Harjito 2010:34)

Menurut Agus Sartono (2012:9) nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut: “Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.”

Menurut Brigham Gapensi dalam Prasetyorini (2013:186) : “Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”

Menurut Irham Fahmi (2013:139) : “Nilai perusahaan adalah memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham”.

Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) nilai perusahaan adalah sebagai berikut: “Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan.

Sedangkan menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:6) bahwa: “Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjualbeliakan dibursa merupakan indikator nilai perusahaan.”.

#### **b. Tujuan memaksimalkan Nilai Perusahaan**

Menurut I Made Sudana (2011:7) teori-teori dibidang keuangan memiliki satu fokus, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the shareholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah go public, memaksimalkan nilai perusahaan sam dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

- 1) Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang
- 2) Mempertimbangkan faktor risiko
- 3) Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi
- 4) Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial

**c. Konsep Nilai Perusahaan**

Menurut Christawan dan Tarigan (2009) beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai perusahaan diantaranya sebagai berikut:

- 1) Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga di tulis jelas dalam surat saham kolektif
- 2) Nilai pasar atau sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan di jual di pasar saham
- 3) Nilai intrinsik merupakan nilai yang mngacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari
- 4) Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi

- 5) Nilai likuiditas adalah nilai jual seluruh aset perusahaan yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian dari para pemegang saham. Nilai likuiditas bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan di likuiditas.

#### **d. Metode Pengukuran Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut rasio penilaian. Sutrisno (2009:224), mendefinisikan rasio penilaian adalah suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat (investor) atau pada para pemegang saham. Rasio ini memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut Irham Fahmi (2013:138) adalah sebagai berikut:

- 1) *Earning per share* (EPS)
- 2) *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba
- 3) *Price Book Value* (PBV)

Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut :

- 1) *Earning per share* (EPS)

Investor tentu mengharapkan perusahaan besar yang sudah mapan akan menghasilkan earning positif atau keuntungan. Jika earning per kwartal naik maka harga saham perusahaan tersebut juga akan naik, dan sebaliknya. Penilaian earning selalu berupa perbandingan dengan data sebelumnya dalam suatu periode tertentu (misalnya per kwartal). Jadi jika sebuah perusahaan penerbit saham mengalami kerugian pada kwartal tertentu belum tentu harga

sahamnya akan turun jika nilai kerugiannya lebih kecil dibandingkan kuartal sebelumnya.

Sebuah perusahaan yang mengalami kerugian selama beberapa tahun belum tentu harga sahamnya akan anjlok jika investor yakin akan prospek keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut di waktu yang akan datang. Jadi disamping earning saat ini (actual earning) ada juga earning yang diharapkan (expectation earning). Ada perusahaan yang earning-nya bagus tetapi harga sahamnya merosot karena expectation earning-nya tidak menjanjikan. Earning menunjukkan pertumbuhan suatu perusahaan. Selain harga sahamnya yang naik, earning yang positif juga memungkinkan investor memperoleh deviden atau pembagian keuntungan perusahaan setelah harga sahamnya mencapai level tertentu. Earning Per Share (EPS) adalah keuntungan per lembar saham.

Menurut Kasmir (2012:116) mendefinisikan Earning Per Share (EPS) sebagai berikut : “Earning per Share adalah kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan yang diperoleh kepada pemegang sahamnya. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan kepada pemegang sahamnya, mencerminkan semakin besar keberhasilan usaha yang dilakukannya.

Menurut Irham Fahmi (2013:96), mendefinisikan earning per share sebagai berikut : “Bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki”. Adapun faktor – faktor yang dapat mempengaruhi Earning Per share adalah :

1) Penggunaan hutang

Menurut Brigham dan Houston menyatakan bahwa “Perubahan dalam penggunaan hutang akan mengakibatkan perubahan laba per lembar saham (EPS) dan karena itu, juga mengakibatkan perubahan harga saham”. Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa dalam perubahan penggunaan hutang, merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat besaran EPS.

2) Laba bersih sebelum bunga dan pajak (EBIT)

Menurut Sutrisno (2009 : 255) “Dalam memilih alternatif sumber dananya tersebut, perlu diketahui pada tingkat profit sebelum bunga dan pajak (EBIT=*Earning Before Interest and Tax*) apabila dibelanjai dengan modal sendiri atau hutang menghasilkan EPS yang sama”.

Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa laba bersih sebelum bunga dan pajak (EBIT) merupakan faktor yang mempengaruhi besarnya laba per lembar saham. Adapun penyebab kenaikan dan penurunan earning per share. Menurut Brigham dan Houston (2010:23), faktor-faktor penyebab kenaikan dan penurunan *Earning Per Share* (EPS) adalah :

- 1) Laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa yang beredar tetap.
- 2) Laba bersih tetap dan jumlah lembar saham biasa yang beredar turun.
- 3) Laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa yang beredar turun.
- 4) Persentase kenaikan laba bersih lebih besar dari pada persentase kenaikan jumlah lembar saham biasa yang beredar.
- 5) Persentase penurunan jumlah lembar saham biasa yang beredar lebih besar dari pada persentase penurunan laba bersih.

Jadi bagi suatu perusahaan, nilai laba per saham akan meningkat apabila persentase kenaikan laba bersihnya lebih besar dari pada persentase kenaikan jumlah lembar saham biasa yang beredar, begitu pula sebaliknya. Menurut Irham Fahmi (2013 : 138) Earning Per Share dapat diukur melalui :

$$\text{EPS} = \frac{\text{EAT}}{\text{JSB}}$$

Irham Fahmi (2013:138)

Keterangan :

EPS = *Earning Per Share*.

EAT = *Earning After Tax* atau pendapatan setelah laba.

JSB = Jumlah saham yang beredar.

## 2) *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba

*Price Earning ratio* (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara market price per share (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang.

Sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai *price earning ratio* yang rendah pula. Semakin rendah *price earning ratio* suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. *Price earning ratio* menjadi rendah nilainya bisa karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. Jadi semakin kecil nilai price earning ratio maka semakin murah saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham

dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut.

Menurut Eduardus Tandelilin (2010:320) pengertian price earning ratio yaitu: “Rasio atau perbandingan antara harga saham terhadap earning perusahaan. Investor akan menghitung berapa kali nilai earning yang tercermin dalam harga suatu saham.”

Menurut Reeve, (2010:336) Pengertian Price Earning Ratio sebagai berikut : “Price Earning Ratio adalah rasio yang merupakan indikator bagi prospek pendapatan perusahaan di masa mendatang yang dihitung dengan cara membagi harga pasar per lembar saham biasa pada tanggal tertentu dengan laba per saham tahunan”.

Menurut Sudana (2011:23) Pengertian Price Earning Ratio sebagai berikut: “Price Earning Ratio adalah rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan”.

Adapun faktor faktor yang mempengaruhi *Price Earning Ratio*. Menurut pernyataan yang dikemukakan oleh Suad Husnan (2012), faktor faktor yang mempengaruhi *Price Earning Ratio* adalah sebagai berikut :

- a) Tingkat pertumbuhan laba Semakin tinggi pertumbuhan laba (deviden) maka semakin tinggi pula PER apabila faktor-faktor lainnya sama .
- b) Dividend Payout Ratio merupakan perbandingan antara Dividend Per Share dan Earning Per Share. Apabila faktor –faktor lain diasumsikan

konstan, maka meningkatnya *Dividend Payout Ratio* akan meningkatkan *Price Earning Ratio*.

- c) Deviasi Tingkat Pertumbuhan Investor dapat mempertimbangkan Rasio tersebut guna memilah-milah saham, mana yang nantinya dapat memberikan keuntungan yang besar dimasa yang akan datang, perusahaan dengan kemungkinan pertumbuhan yang tinggi (High Growth) biasanya mempunyai Price Earning Ratio yang besar.”

Menurut Irham Fahmi (2013 : 138) *Price Earning ratio* dapat diukur melalui :

$$\text{PER} = \frac{\text{MPS}}{\text{EPS}}$$

Irham Fahmi (2013:138)

Keterangan :

PER = *Price Earning Ratio*

MPS = *Market Price Per Sahre* atau Harga pasar per saham

EPS = *Earning Per Share* atau Laba Per saham

### 3) *Price Book Value (PBV)*

*Price to Book Value (PBV)*. *Price to Book Value (PBV)* merupakan perhitungan atau perbandingan antara market value dengan book value dari suatu saham. Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis book value. Jika pada analisis book value, investor hanya dapat mengetahui kapasitas per lembar dari nilai saham, pada rasio PBV investor juga dapat mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham dihargai dari book valuenya.

Menurut Farah Margareta (2011:27) Price Book Value (PBV) adalah sebagai berikut: “*Price Book Value* menggambarkan seberapa besar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan”. Sedangkan menurut Irham Fahmi (2013:83) *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut: “Price Book Value (PBV) merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya”.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung rasio nilai pasar atau nilai buku atau *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{MPS}{BPS}$$

(Irham Fahmi, 2013: 84)

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price Per Share* atau Harga Pasar per saham

BPS = *Book Price per share* atau nilai buku per saham

Dalam hal ini peneliti menggunakan *Price to book value* dalam menentukan nilai perusahaan. Karena *Price to book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price to book value* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

## 2. Rasio Likuiditas

### a. Pengertian Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas (*liquidity ratio*) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Menurut Munawir (2010:31) menyatakan “Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban pada saat ditagih”.

Menurut Sartono (2012:116) mengatakan bahwa “Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendek tepat pada waktunya.”

Menurut Riyanto (2008 : 26) mengatakan bahwa “likuiditas adalah berhubungan dengan masalah kemampuan usaha perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang segera harus dipenuhi”.

Dengan kata lain dapatlah dikatakan bahwa pengertian likuiditas dimaksudkan sebagai perbandingan antara jumlah uang tunai dan aktiva lain yang dapat disamakan dengan uang tunai dengan jumlah utang lancar (likuiditas badan usaha), juga dengan pengeluaran-pengeluaran untuk menyelenggarakan perusahaan (likuiditas perusahaan).

### b. Tujuan dan Manfaat Rasio Likuiditas

Perhitungan rasio likuiditas ini cukup memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pihak yang paling berkepentingan adalah pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan untuk menilai kinerja perusahaannya.

Ada pihak luar perusahaan juga memiliki kepentingan, seperti pihak kreditor atau penyedia dana bagi perusahaan, misalnya dari pihak perbankan atau juga distributor maupun supplier. Oleh karena itu, perhitungan rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan, namun juga bagi pihak luar perusahaan.

Selain dari kegunaan rasio likuiditas, tujuan dan manfaat rasio ini juga diperlukan, Menurut Kasmir (2012:132) tujuan dan manfaat rasio likuiditas adalah:

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban dan utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih.
- 2) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan yang dimiliki oleh perusahaan.
- 3) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan dan 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) Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.

- 7) Bagi pihak luar perusahaan, rasio likuiditas bermanfaat untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban kepada pihak ketiga.

### c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya dalam jangka pendek atau yang segera dibayar. Menurut Hani (2015:121) menyatakan bahwa : “faktor-faktor yang dapat mempengaruhi likuiditas adalah unsur pembentuk likuiditas itu sendiri yakni bagian dari 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 (2010 : 77) menyatakan bahwa analisis *current ratio* harus mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut :

- 1) Distribusi atau proporsi dari pada aktiva lancar
- 2) Data trend daripada aktiva lancar dan hutang lancar
- 3) Syarat yang diberikan oleh Kreditor kepada perusahaan dalam mengadakan pembelian maupun syarat kreadit yang diberikan oleh perusahaan.
- 4) Present value (nilai sesungguhnya) dari aktiva lancar, sebab ada kemungkinan perusahaan mempunyai saldo piutang yang cukup besar tetapi piutang tersebut sudah lama terjadi dan sulit ditagih sehingga nilai realisasinya mungkin lebih kecil dibandingkan dengan yang dilaporkan.
- 5) Kemungkinan perubahan aktiva lancar

- 6) Perubahan persediaan dalam hubungannya dengan volume penjualan sekarang atau dimasa yang akan datang, yang mungkin adanya over invesment dalam persediaan
- 7) Kebutuhan jumlah modal kerja
- 8) Type atau jenis perusahaan.

#### **d. Jenis – Jenis Rasio Likuiditas**

Dalam rasio likuiditas dapat diukur dengan melakukan perhitungan terhadap rasio lancar, rasio cepat dan perputaran rasio kas. Menurut Sudana (2011: 21) rasio likuiditas ini untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek. Besar kecilnya rasio likuiditas dapat diukur dengan cara, yaitu :

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

Rasio likuiditas yang utama adalah rasio lancar (*current ratio*) yang dihitung dengan membagi aset lancar dengan kewajiban lancar. Aset lancar meliputi kas, efek yang dapat diperdagangkan, piutang usaha, dan persediaan. Jika suatu perusahaan mengalami kesulitan keuangan, perusahaan mulai lambat membayar tagihan (utang usaha), tagihan bank, dan kewajiban lainnya yang akan meningkatkan kewajiban lancar. Jika kewajiban lancar naik lebih cepat daripada aset lancar, rasio lancar akan turun, dan ini merupakan pertanda adanya masalah.

Menurut Syamsuddin (2009:44) tidak ada suatu ketentuan mutlak tentang berapa tingkat current ratio yang dianggap baik atau yang harus dipertahankan oleh suatu perusahaan karena biasanya tingkat current ratio ini juga sangat tergantung pada jenis usaha dari masing-masing perusahaan.

Akan tetapi, sebagai pedoman umum, tingkat *current ratio* 2,00 sudah dapat dikatakan baik (considered acceptable).

Menurut Harahap (2015:301) menyatakan bahwa “*Current ratio* adalah rasio keuangan digunakan untuk menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar”. *Current ratio* yang rendah menunjukkan bahwa likuiditas perusahaan buruk. Sebaliknya jika *current ratio* relatif tinggi, likuiditas perusahaan relatif baik. Namun harus dicatat bahwa tidak pada semua kasus dimana *current ratio* tinggi, likuiditas perusahaan pasti baik. Meskipun aktiva lancar lebih besar dari hutang lancar, perlu diingat bahwa item-item aktiva lancar seperti persediaan dan piutang terkadang sulit ditagih atau dijual secara tepat. Untuk menghitung rasio lancar bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

## 2) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Perhitungan rasio ini dapat diukur dari kas ditambah bank dibandingkan dengan utang lancar. Kasmir (2012:138) menyatakan bahwa “Rasio Kas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang”.

Kas dan surat berharga merupakan alat likuid yang paling dipercaya. Rasio kas juga menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar utang yang segera harus dipenuhi dengan kas yang tersedia dalam perusahaan dan

surat-surat berharga yang segera dapat diuangkan. Semakin tinggi *Cash Ratio* berarti jumlah uang tunai yang tersedia makin besar sehingga pelunasan utang pada saat jatuh tempo tidak akan mengalami kesulitan. Tetapi bila terlalu tinggi akan mengurangi potensi untuk mempertinggi *Rate Of Return*. Untuk menghitung rasio kas bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Kas} : \frac{\text{Kas dan Setara Kas}}{\text{Hutang Lancar}}$$

### 3) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio ini disebut juga acid test rasio yang juga digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Penghitungan *quick ratio* dengan mengurangi aktiva lancar dengan persediaan dengan membandingkan dengan hutang lancar.

Hal ini dikarenakan persediaan merupakan unsur aktiva lancar yang likuiditasnya rendah dan sering mengalami fluktuasi harga serta menimbulkan kerugian jika terjadi likuiditas. Jadi rasio ini merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan aktiva lancar yang paling likuid mampu menutupi hutang lancar.

Menurut Sudana (2011:21) mengatakan bahwa "*quick ratio* merupakan ukuran yang lebih akurat dibandingkan *current ratio* tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan . Untuk menghitung rasio cepat bisa menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Cepat} : \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

### **3. Pertumbuhan Penjualan**

#### **a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Rudianto (2009:56) menyatakan bahwa: “Pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis”.

Menurut I Made Sudana (2011:57) menyatakan bahwa: “Pendekatan persentase penjualan adalah suatu metode perencanaan keuangan, yang mana semua akun dalam laporan keuangan perusahaan berubah tergantung pada prediksi tingkat penjualan perusahaan”.

Menurut Weston dan Brigham (2010) menyatakan bahwa “Penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan maka aktiva pun harus ditambah”.

Berdasarkan dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan merupakan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat dari laporan laba rugi masing-masing perusahaan sebagai prediksi perusahaan dimasa yang akan datang sebagai dampak dari permintaan dan daya saing perusahaan.

#### **b. Arti Penting Pertumbuhan Penjualan**

Dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Pertumbuhan penjualan (*growth*) memiliki peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Pertumbuhan perusahaan ditunjukkan dengan pencapaian tingkat penjualan yang dihasilkan

perusahaan, pertumbuhan perusahaan dapat dikatakan sebagai pertumbuhan penjualan.

Menurut Agus Sartono (2012) dengan semakin meningkat penjualan suatu perusahaan, maka laba yang diperoleh juga meningkat. Perusahaan yang memiliki penjualan relatif stabil memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan utang lebih besar daripada perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil.

Menurut Suad Husnan (2012:336) semakin stabil penjualan, semakin stabil juga keuntungan yang berarti semakin besar kemungkinan perusahaan mampu memenuhi kewajiban finansialnya. Perusahaan akan berani menggunakan pengungkit yang lebih besar. Menurut Brigham dan Huston (2010:42) stabilitas penjualan akan mempengaruhi stabilitas pendapatan, yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai jaminan untuk memperoleh pinjaman.

### **c. Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Swastha (2014:406) menyatakan bahwa dalam kenyataannya sebuah kegiatan penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar, beberapa faktor tersebut antara lain :

#### 1) Kondisi dan Kemampuan Pasar

Disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu :

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
- b) Harga pokok.

c) Syarat penjualan seperti pembayaran, perantara garansi dan sebagainya.

## 2) Kondisi Pasar

Hal yang diperhatikan pada kondisi pasar antara lain :

- a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar pemerintah atau pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli dan segmen pasarnya.
- c. Daya beli.
- d. Frekuensi pembeliannya.
- e. Keinginan dan kebutuhan.

## 3) Modal

Apakah modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan seperti untuk :

- a. Kemampuan untuk membiayai penelitian pasar yang dilakukan.
- b. Kemampuan membiayai usaha-usaha untuk mencapai target penjualan.
- c. Kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.

## 4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

### **d. Manfaat dan Tujuan Penjualan**

Menurut Basu swastha (2014:26) menyatakan bahwa fungsi penjualan meliputi aktivitas yang dilakukan untuk merealisasikan penjual seperti :

- 1) Menciptakan permintaan.
- 2) Mencari pembeli.
- 3) Memberikan syarat-syarat penjualan.
- 4) Memindahkan hak milik.

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan laba semaksimal mungkin dan dapat mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan oleh perusahaan. Menurut Basu swastha (2014:27), perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu:

- 1) Mencapai volume penjualan tertentu.
- 2) Menentukan laba tertentu.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

#### e. Rumus Pertumbuhan Penjualan

Metode pengukurannya adalah dengan membandingkan penjualan pada tahun ke-t setelah dikurangi penjualan pada periode sebelumnya terhadap penjualan pada periode sebelumnya. Rumus yang digunakan untuk mengukur pertumbuhan penjualan Harahap (2015:309) sebagai berikut:

$$\text{Per. Penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}} \times 100 \%$$

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil berarti memiliki aliran kas yang relatif stabil pula, maka dapat menggunakan utang lebih besar daripada perusahaan dengan penjualan yang tidak stabil. Pertumbuhan penjualan dari tahun-tahun yang telah berlalu dapat digunakan oleh para pihak yang berkepentingan untuk tujuan tertentu. Kreditur akan mempertimbangkan

pertumbuhan penjualan tahun sebelumnya untuk meramalkan tingkat pertumbuhan penjualan tahun berikutnya. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan semakin besar pula laba yang dihasilkan.

Hal ini akan menyenangkan kreditur dan perusahaan karena biaya bunga dapat dibayar sesuai jadwal. Investor yang akan berinvestasi juga melihat ramalan pertumbuhan penjualan ini karena investor menginginkan tingkat pengembalian yang tinggi, dengan risiko yang rendah. Hal ini bisa tercapai dengan laba yang mencukupi. Semakin stabil tingkat penjualan yang dimiliki perusahaan, semakin besar juga utang yang didapatkan perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun. Penjualan perusahaan dapat meningkat karena investasi yang dilakukan perusahaan juga meningkat. Dalam mendanai investasi yang besar, perusahaan cenderung menggunakan hutang yang besar. (Agus Sartono, 2012).

#### 4. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dengan tempat dan waktu penelitian yang berbeda, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Ni Kadek Ayu Suidani (2016)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen terdiri dari Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, Dan Investment Opportunity Set  Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	Hasil analisis menunjukkan bahwa: profitabilitas dan investment opportunity set berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012- 2014, likuiditas dan pertumbuhan berpengaruh negatif namun tidak

			signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014
Lidya Nafitri Ayu Herawati (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks Lq45	Variabel Independen terdiri dari Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas  Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks LQ45, leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks LQ45, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks LQ45, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan indeks LQ45, terdapat model penelitian yang tidak signifikan terjadi pada uji heteroskedastisitas pada variabel ukuran perusahaan (Size), variabel leverage, dan variabel profitabilitas (ROA).
Anna Romauli Situmeang (2018)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba, Kepemilikan Asing Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen terdiri dari Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba, Kepemilikan Asing Dan Kepemilikan Manajerial  Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengujian hipotesis kelima dilakukan untuk mengetahui apakah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, kepemilikan asing dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji signifikan simultan (uji statistik F) menunjukkan nilai Fhitung yaitu 3,056 lebih besar dari Ftabel yaitu

	Periode 2012-2016		2,64 dengan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu 0,029 sehingga $H_5$ berhasil diterima.
Rustam Corry Winda Anzlina (2013)	Pengaruh Tingkat Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen terdiri Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas dan Profitabilitas  Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	Hasil analisis menunjukkan bahwa Secara Parsial, hasil penelitian menunjukkan bahwa CR yang berpengaruh Signifikan terhadap MVE
Ida Ayu , I Ketut Sujana (2019)	Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen terdiri Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko  Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan risiko bisnis berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
Nikmatussolichah (2018)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017	Variabel Independen terdiri Profitabilitas, Likuiditas Dan Pertumbuhan Perusahaan  Variabel Dependen terdiri dari Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan	Dari pengujian secara simultan atau bersama-sama dapat diketahui bahwa Fhitung sebesar 4,134 dan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ maka $H_1$ diterima dan $H_0$ ditolak, maka variabel profitabilitas, likuiditas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Ignatius Leonardus Lubis (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Sruktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai	Variabel Independen terdiri Profitabilitas, Sruktur Modal, Dan Likuiditas	Dari hasil penelitian menyatakan bahwa return on equity (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV sehingga perusahaan perlu

	Perusahaan	Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	memperhatikan dan terus meningkatkan ROE dengan cara mengembangkan prospek kegiatan dalam rangka untuk peningkatan laba. Nilai probabilitas terbesar adalah ROE jika dibandingkan dengan variabel independen lainnya. Oleh karena itu ROE dapat dipakai sebagai prediktor dalam memprediksi tentang nilai perusahaan.
--	------------	--	---

## B. Kerangka Konseptual

### 1. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang membayar utangnya serta dividen tepat pada waktunya membuat para investor lebih royal dan tidak ragu-ragu untuk meminjamkan dananya kembali ke perusahaan tersebut dan hal ini juga membuat nilai perusahaan di mata investor maupun kreditur baik.

Jika perusahaan tidak mampu atau mengalami keterlambatan dalam membayar utang hal ini akan mengakibatkan nilai perusahaan di mata investor dan penyandang dana kurang baik sehingga mereka akan mempertimbangkan atau ragu-ragu dalam berinvestasi dan meminjamkan modalnya kembali. Jadi, dengan melihat likuiditas suatu perusahaan pihak kreditur juga dapat menilai baik buruknya suatu perusahaan tersebut.

Dimana pengukuran likuiditas dapat dilakukan dengan menggunakan rasio lancar (*Current Ratio*) merupakan salah satu ukuran dari likuiditas yang

merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek melalui sejumlah kas dan setara kas, seperti giro ataupun simpanan lain di bank yang dapat ditarik setiap saat yang dimiliki perusahaan. “Semakin tinggi current ratio menunjukkan kemampuan kas perusahaan untuk memenuhi (membayar) kewajiban jangka pendeknya.” (Brigham, 2010:210).

Semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin baik posisi perusahaan. Terdapat kemungkinan untuk perusahaan membayar kewajibannya tepat waktu, kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek akan ditanggapi positif oleh pasar, pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan saat tingkat likuiditas tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Maka likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Wulandari, 2013)

## **2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai perusahaan**

Dalam hubungan terhadap nilai perusahaan menurut Kusumanjaya (2011) dalam Wijaya dan Utama (2014) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan atau harga saham perusahaan sebab pertumbuhan perusahaan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak respon positif dari investor.

Pertumbuhan penjualan diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Kennedy dkk., 2013). Menurut Swastha dan Handoko (2014:404) pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat

digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan volume dan peningkatan harga khususnya dalam hal penjualan karena penjualan merupakan suatu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tujuan yang ingin dicapai yaitu tingkat laba yang diharapkan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sharon dkk (2015) mengindikasikan bahwa semakin tinggi angka pertumbuhan penjualan, maka perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan yang bagus. Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh di dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik di masa depan sehingga perusahaan memiliki kemampuan dalam memberikan keuntungan yang tinggi kepada investor. Dimana hal ini akan direspon positif oleh investor dan meningkatkan harga saham dari perusahaan yang selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Bhattachayya,1979 dalam Sharon dkk, 2015).

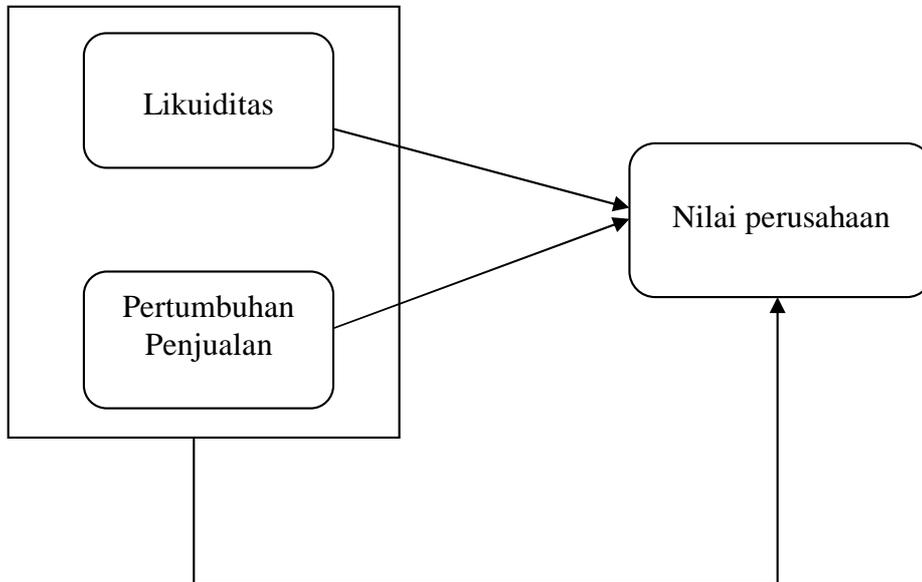
### **3. Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai perusahaan**

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Menurut Sulasmiyati, et.al (2015) nilai perusahaan dapat dilihat dari perkembangan harga saham perusahaan di pasar saham.

Untuk menutupi kewajiban perusahaan menggunakan likuiditas, karena likuiditas diperuntukan untuk menutupi atau membayar kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo baik kewajiban pihak badan usaha maupun dalam perusahaan itu sendiri. Nilai likuiditas yang rendah menunjukkan masalah bagi perusahaan karena berpengaruh bagi keuangan perusahaan sehingga menjadi rugi, semakin tinggi likuiditasnya maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya dan semakin kecil risiko yang dialami perusahaan. Jika kewajibannya sudah terbayar menjadi kesempatan perusahaan untuk terus meningkatkan nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan yang baik merupakan indikator penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan dari periode ke periode maka akan menjamin keberlangsungan perusahaan tersebut. Suatu perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya sistem penjualan yang baik. Penjualan merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan. Semakin besar penjualan maka semakin besar keuntungan. Investor pun akan tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan yang penjualannya terus berkembang. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan. Permintaan saham yang tinggi akan membuat para investor menghargai nilai saham yang lebih besar dari pada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan, karena banyak investor beranggapan perusahaan tersebut mempunyai nilai dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi. Berdasarkan uraian ini ada pengaruh positif pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan teoritis yang telah diuraikan maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat dilihat pada di bawah ini :



**Gambar II.1 Kerangka Konseptual**

### **C. Hipotesis Penelitian**

Sebuah hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap suatu persoalan yang dimaksud sebagai tuntutan sementara dalam penelitian untuk mencari jawaban (Sugiyono, 2013 hal. 39). Maka hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul, mengacu pada landasan teori yang ada.

1. Ada pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
2. Ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
3. Ada pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

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

Pendekatan asosiatif yang menurut Sugiyono (2015 : 248) mendefinisikan penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel ataupun lebih.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjelaskan mengenai variable yang diteliti, konsep, indikator, satuan ukuran, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tiga variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen).

Berdasarkan judul Penelitian yaitu Pengaruh likuiditas dan nilai perusahaan terhadap nilai perusahaan. Maka definisi setiap variabel adalah sebagai berikut:

##### **1. Variabel Bebas (independen)**

Menurut Sugiyono (2015:38), variabel bebas adalah “Variabel independen adalah sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor,

antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Dimana variabel bebas terdiri dari likuiditas dan pertumbuhan penjualan.

a. Likuiditas ( $X_1$ )

Likuiditas perusahaan, menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendek tepat pada waktunya. Likuiditas perusahaan ditunjukkan oleh besar kecilnya aktiva lancar yaitu aktiva yang mudah untuk diubah menjadi kas yang meliputi kas, surat berharga, piutang, persediaan.” Yang dapat diukur dengan menggunakan :

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

b. Pertumbuhan Penjualan ( $X_2$ )

Pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya dengan penjualan di tahun sebelumnya. Adapun indikator yang penulis gunakan untuk mengukur variabel ini adalah tingkat pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Semakin tinggi tingkat pertumbuhannya, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan semakin baik, adapun rumus dari pertumbuhan penjualan adalah :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Sekarang} - \text{Penjualan Sebelumnya}}{\text{Penjualan Sebelumnya}} \times 100\%$$

## 2. Variabel terikat (Dependen Variabel)

Menurut Sugiyono (2015:39) menjelaskan Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

### a. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaam merupakan pengukuran Rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang, adapun rumus dari pertumbuhan penjualan adalah :

$$PBV : \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}} \times 100\%$$

## C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara empiris dengan data dari Bursa Efek Indonesia untuk perusahaan Perdagangan tahun 2016 sampai tahun 2018. Penelitian yang dilakukan di Bursa Efek Indonesia khususnya untuk perusahaan perdagangan melalui media internet dengan menggunakan situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan situs lainnya bila diperlukan dalam pengumpulan data.

Penelitian ini direncanakan di bulan November 2018 sampai dengan April 2019 dengan perencanaan waktu seperti yang tertera di bawah ini:

**Tabel III – 1**  
**Waktu Penelitian**

Kegiatan Penelitian	Nov				Des				Jan				Feb				Mar				Apr			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penyusunan Proposal				■																				
Bimbingan Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■												
Seminar Proposal											■													
Perbaikan Proposal											■													
Pengumpulan Data													■	■	■	■								
Penyusunan Skripsi															■	■	■	■	■	■				
Sidang Skripsi																						■		

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang dapat dinyatakan dengan jumlah atau banyaknya sesuatu yang diteliti. Problematik yang ada dalam pemilihan data kuantitatif umumnya berkaitan dengan populasi data yang diteliti. Menurut Bambang Supomo (2009:115) populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi. Penelitian yang menggunakan seluruh elemen disebut sensus, sedangkan penelitian yang menggunakan sebagian disebut penelitian sampel.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) Sektor Telekomunikasi pada tahun 2016-2018. Adapun jumlah perusahaan dagang yang terdaftar di BEI sebanyak untuk tahun 2016-2018 sejumlah 5 perusahaan.

Berikut nama perusahaan telekomunikasi yang menjadi populasi dalam penelitian adalah :

**Tabel III.2**  
**Daftar Nama Perusahaan Menjadi Populasi Penelitian**

No.	Nama Perusahaan
1.	PT Bakrie Telecom Tbk
2.	PT Indosat Tbk
3.	PT XL Axiata Tbk
4.	PT Smartfren Telecom Tbk
5.	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Sumber : BEI

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti. Penelitian sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian atau masalah penelitian yang dikembangkan. Dimana untuk teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel yaitu seluruh laporan keuangan telekomunikasi yang terdaftar di BEI yang berjumlah 5 perusahaan.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sebagai bahan penelitian ini berupa studi dokumentasi yang merupakan langkah paling utama dalam penelitian yang cenderung menggunakan data sekunder, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data sekunder. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dengan mengambil data-data yang berasal dari hasil riset yang dilakukan pada laporan keuangan telekomunikasi yang terdaftar Bursa Efek Indonesia.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut, dengan rumus-rumus dibawah ini :

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regresional analysis*). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2009 : 85). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Nilai Perusahaan  
 $X_1$  = Likuiditas  
 $X_2$  = Pertumbuhan Penjualan  
 $b_1, b_2$  = Koefisien regresi  
 e = Variabel pengganggu

Penggunaan model regresi linear berganda harus memenuhi asumsi klasik,

antara lain:

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variable dan independent variable keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2009:98). Mendeteksi dengan

melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *normal P-P Plot*. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2009 : 88).

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas itu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya, adapun dasar untuk menganalisisnya adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghazali, 2009 : 84). Dimana uji t mencari  $t_{hitung}$  dan membandikan dengan  $t_{tabel}$  apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Menghitung nilai signifikan t dengan rumus:

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

Dimana: t = Nilai  $t_{hitung}$   
 r = Koefisien korelasi  
 n = Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

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.

### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Dimana uji F mencari " $F_{hitung}$ " dan membandingkan dengan " $F_{tabel}$ ", apakah variabel variabel independen



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **4.1 Gambaran Bursa Efek Indonesia**

Sejarah Bursa Efek Indonesia yang didirikan oleh Pemerintah Belanda di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1912 namun kemudian ditutup karena Perang Dunia I. Pada tahun 1977 bursa dibuka kembali dan dikembangkan menjadi bursa modal yang modern dengan menerapkan Jakarta Automated Trading Systems (JATS) yang terintegrasi dengan sistem kliring dan penyelesaian, serta depository saham yang dimiliki oleh PT. Kustodian Depositori Efek Indonesia (KDEI). Dengan mengenai Harga Saham Gabungan (IHSG).

Perdagangan surat berharga dimulai di Pasar Modal Indonesia sejak 3 Juni 1952. Namun tonggak paling besar terjadi pada 10 Agustus 1977, yang dikenal sebagai kebangkitan Pasar Modal Indonesia. Setelah Bursa Efek Jakarta dipisahkan dari Institusi Bapepam tahun 1992 dan diswastakan, mulailah pasar modal mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pasar modal tumbuh pesat periode 1992 – 1997. Krisis di Asia Tenggara tahun 1997 membuat pasar modal jatuh.

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Turun ke posisi paling rendah. Bagaimanapun, masalah pasar modal tidak lepas dari arus investasi yang akan menentukan pertumbuhan ekonomi sebuah kawasan, tidak terkecuali Indonesia dan negara-negara di Asia Tenggara lainnya.

## **1. Era Sebelum Tahun 1976**

Kegiatan jual beli saham dan obligasi di Indonesia sebenarnya telah dimulai pada abad ke -19, yaitu dengan berdirinya cabang Bursa Efek *Vereniging Voor de Effectenhandel* di Batavia pada tanggal 14 Desember 1912. Kegiatan usaha bursa pada saat itu adalah memperdagangkan saham dan obligasi perusahaan-perusahaan perkebunan Belanda yang beroperasi di Indonesia. Obligasi Pemerintah Kotapraja dan sertifikat saham perusahaan-perusahaan Amerika yang diterbitkan oleh Kantor Administrasi di Belanda. Selain cabang di Batavia, selanjutnya diikuti dengan pembukaan cabang Semarang dan Surabaya. Sejak terjadi Perang Dunia Ke-2, Pemerintah Hindia Belanda menutup ketiga bursa tersebut pada tanggal 17 Mei 1940 dan mengharuskan semua efek disimpan pada bank yang telah ditunjuk.

Pasar modal di Indonesia mulai aktif kembali pada saat Pemerintah RI mengeluarkan obligasi pemerintah dan mendirikan bursa efek di Jakarta, yaitu pada tanggal 31 Juni 1952. Keadaan ekonomi dan politik yang sedang bergejolak pada saat itu telah menyebabkan perkembangan bursa berjalan sangat lambat yang diindikasikan oleh rendahnya nilai nominal saham dan obligasi, sehingga tidak menarik bagi investor.

## **2. Era Orde Baru**

Bursa Efek Jakarta diaktifkan kembali pada tanggal 10 Agustus 1977 pada masa orde baru sebagai hasil dari Keputusan Presiden No. 52 tahun 1976. Keputusan ini menetapkan pendirian Badan Pembina Pasar Modal, pembentukan Badan Pelaksana Pasar Modal (Bepepam) dan PT. Danareksa. PT Semen Cibinong merupakan perusahaan pertama yang sahamnya tercatat

di Bursa Efek Jakarta. Periode ini juga disebut periode tidur panjang, karena sampai dengan tahun 1988 hanya 24 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Selama tahun 1988 sampai dengan tahun 1990 jumlah perusahaan yang terdapat di Bursa efek Jakarta meningkat menjadi 127 perusahaan. Kemudian pada tahun 1996 jumlah perusahaan meningkat menjadi 238. Pada periode ini, terjadi Initial Public Offering (IPO), yang menjadi peristiwa nasional.

Periode ini juga dicatat sebagai periode kebangkitan Bursa Efek Surabaya (BES) yang diaktifkan kembali pada tanggal 16 Juni 1989. Semua sekuritas yang tercatat di Bursa Efek Jakarta (BEJ) secara otomatis juga diperdagangkan di Bursa Efek Surabaya. Karena peningkatan kegiatan transaksi dirasakan sudah melebihi kapasitas manual, Bursa Efek Jakarta memutuskan untuk mengotomatisasi kegiatan transaksi di bursa. Sistem otomatis yang diterapkan di Bursa Efek Jakarta diberi nama *Jakarta Automated Trade System* (JATS) dan mulai beroperasi pada tanggal 22 Mei 1995.

Dan pada tanggal 19 September 1996 di Bursa Efek Surabaya juga diterapkan sistem otomatis, yang disebut *Surabaya Market Information and Automated Remote Trading* (S-MART). Sistem S-MART ini diintegrasikan dengan sistem JATS dan sistem KDEI (Kliring Deposit Efek Indonesia) untuk penyelesaian transaksi.

### **3. Era Krisis Moneter Sampai Dengan Sekarang**

Periode ini adalah ketika Indonesia dilanda krisis moneter. Krisis yang terjadi dimulai dari penurunan nilai mata uang negara-negara Asia, termasuk

Indonesia, terhadap dolar Amerika Serikat. Tahun 2000 Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (*scripless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia. Sedangkan tahun 2002 BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (*remote trading*). Kemudian pada tahun 2007 terjadi penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).

## 4.2 Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) berupa data laporan keuangan dan [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) berupa data suku bunga Perusahaan Dagang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018 yang dijelaskan dalam metode statistik deskriptif. Statistik deskriptif dapat memberikan gambaran mengenai jumlah data yang digunakan dalam penelitian menunjukkan nilai minimum, maksimum (*maximum*), nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*). Analisis data dimulai dengan mengolah data dengan menggunakan Microsoft Excel dan dilanjutkan dengan melakukan pengujian hipotesis dengan memulai program SPSS. Berikut tampilan data statistiknya.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Statistik Deskriptif**  
**Periode 2016-2018**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Likuiditas	15	.000	1.200	.47591	.357691
Pertumb_Penju	15	.002	.954	.21107	.271504
Nilai_Per	15	-.013	4.320	1.59087	1.421438
Valid N (listwise)	15				

(Sumber: Pengelola Data SPSS, 2019)

Pada tabel 4.1 diatas menunjukkan jumlah sampel data perusahaan (N), nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari variabel independen, yang terdiri dari: Likuiditas ( $X_1$ ) dan Pertumbuhan Penjualan ( $X_2$ ) sedangkan Nilai Perusahaan (Y) merupakan variabel dependen dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian statistik deskriptif variabel Nilai Perusahaan (Y) diketahui bahwa rata-rata Nilai Perusahaan dari seluruh perusahaan sampel adalah 1.59087 dengan standar deviasi 1,421438. Nilai Perusahaan terendah adalah  $-(0.013)$ , terdapat pada PT Bakrie Telecom Tbk tahun 2017 dan tertinggi 4,32 terdapat pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk tahun 2016.
2. Berdasarkan pengujian statistik deskriptif variabel Likuiditas ( $X_1$ ) diketahui bahwa nilai rata-rata Likuiditas adalah 0,47591 dengan standar deviasi 0,357691. Likuiditas terendah adalah 0,000, terdapat pada PT Bakrie Telecom Tbk tahun 2017 dan tertinggi 1,200 terdapat pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk tahun 2016.
3. Berdasarkan pengujian statistik deskriptif variabel Perumbuhan Penjualan ( $X_2$ ) diketahui bahwa nilai rata-rata Perumbuhan Penjualan adalah 0,21107 dengan standar deviasi 0,271504. Perumbuhan Penjualan terendah adalah 0,002, terdapat pada PT XL Axiata Tbk tahun 2018 dan tertinggi 0,954 terdapat pada PT Bakrie Telecom Tbk tahun 2018.

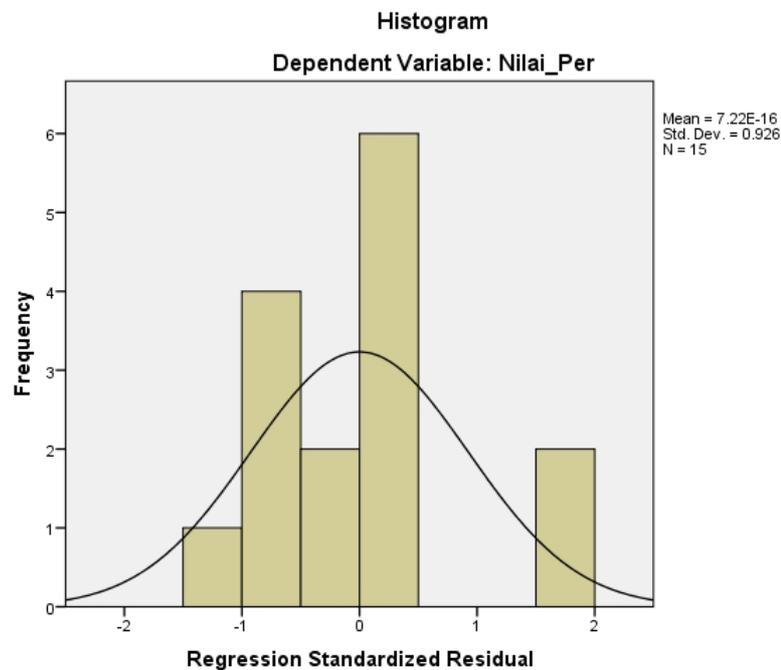
#### 4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan untuk menguji apakah berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

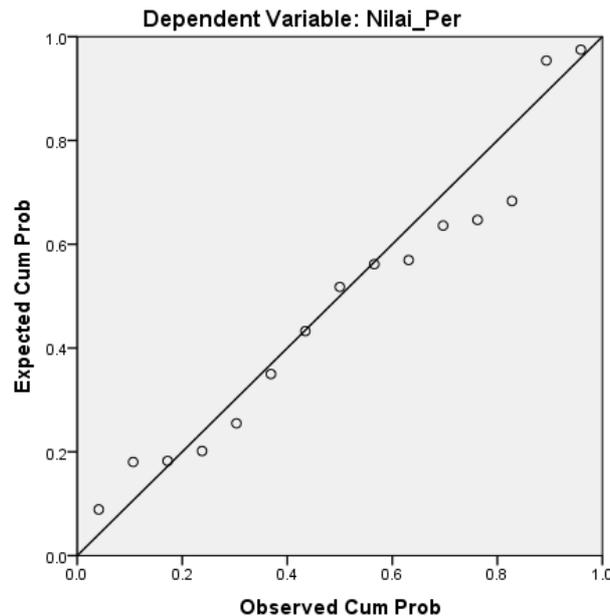
##### 1. Analisis Grafik

Salah satu cara untuk melihat normalisasi residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian, hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal. Berikut ini merupakan hasil pengujian dengan menggunakan analisis grafik dan PP-Plots.



**Gambar 4.1**  
**Grafik Histogram**

Berdasarkan tampilan gambar 4.1 di atas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambaran pola data yang baik. Kurva *dependent* dan *regression standarized residual* membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar 4.2**  
**Penelitian menggunakan P-Plot**

Berdasarkan gambar grafik 4.2 normal *probability plot* di atas dapat dilihat bahwa gambaran data menunjukkan pola yang baik dan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka grafik normal *probability plot* tersebut terdistribusi secara normal

### Uji Statistik

Uji statistik non parametrik *Kolmogorov Smirnov Test* dengan pedoman pengambilan keputusan tentang data mendekati atau merupakan distribusi normal dengan syarat sebagai berikut:

- Ø Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka distribusi normal,
- Ø Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka distribusi data tidak normal.

Hipotesis yang digunakan adalah:

- Hipotesis nol ( $H_0$ ) : Data residual berdistribusi normal,
- Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) : Data residual tidak berdistribusi normal

**Tabel 4.2**  
**Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		15
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.52134577
Most Extreme Differences	Absolute	.170
	Positive	.170
	Negative	-.099
Test Statistic		.170
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti, 2019)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) adalah sebesar 0,170 dengan nilai signifikan 0,200 sehingga dapat diketahui bahwa likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan berdistribusi normal karena Asymp. Sig (2-tailed)  $> 0,05$  atau  $0,200 > 0,05$  maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas:

**Tabel 4.3**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.218	.368		-.592	.565		
	Likuiditas	3.747	.505	.943	7.427	.000	.696	1.438
	Pertumb_Penju	.122	.665	.023	.183	.858	.696	1.438

a. Dependent Variable: Nilai\_Per

(Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti, 2019)

Pada Tabel 4.3 dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

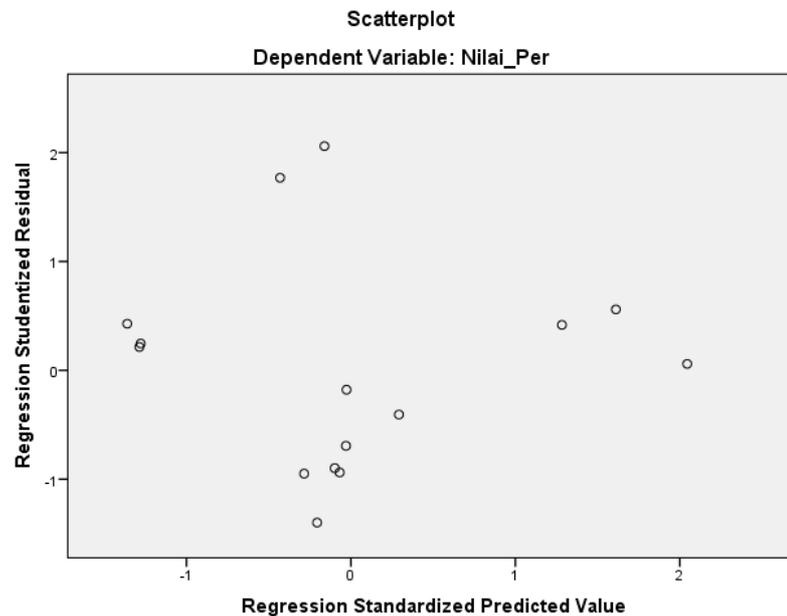
1. Likuiditas ( $X_1$ ) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,696 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,438 lebih kecil dari 10.
2. Pertumbuhan Penjualan ( $X_2$ ) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,696 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,438 lebih kecil dari 10.

Karena nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, maka artinya data variabel likuiditas dan pertumbuhan penjualan bebas dari adanya gejala multikolinearitas.

## 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik dan uji glejser. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil analisis uji heterokedastisitas menggunakan grafik scatterplot ditunjukkan pada gambar berikut ini:



**Gambar 4.3**  
**Uji Heterokedastisitas**

Pada gambar 4.3 grafik scatterplot dapat terlihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

### 4.3 Hasil Analisis Data

Pengolahan data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu *statistic* yaitu program *software* komputer SPSS.

#### 4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.218	.368		-.592	.565
Likuiditas	3.747	.505	.943	7.427	.000
Pertumb_Penju	.122	.665	.023	.183	.858

a. Dependent Variable: Nilai\_Per

(Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti, 2019)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = (0,218) + 3,747X_1 + 0,122 X_2 + e$$

Dimana:

1. Nilai konstanta sebesar (0,218) apabila variabel Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan dianggap nol, maka Nilai Perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018 adalah sebesar (0,218).
2. Nilai koefisien Likuiditas ( $X_1$ ) sebesar 3,747 menyatakan bahwa setiap kenaikan Likuiditas satu kali maka Kebijakan Nilai Perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 3,747.
3. Nilai koefisien Pertumbuhan Penjualan ( $X_2$ ) sebesar 0,122 menyatakan bahwa setiap kenaikan Pertumbuhan Penjualan satu kali maka Kebijakan Nilai Perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,122.

### 4.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil pengujian dengan uji t sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.218	.368		-.592	.565
Likuiditas	3.747	.505	.943	7.427	.000
Pertumb_Penju	.122	.665	.023	.183	.858

a. Dependent Variable: Nilai\_Per

(Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti, 2019)

Dari tabel 4.5 dapat dilihat hasil dari uji statistik secara parsial sebagai berikut:

1. Likuiditas ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 7,427 dengan nilai signifikan 0,000 sedangkan  $t_{tabel}$  yaitu  $n-k-1 = 15-2 = 13$  sebesar 2,160 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya  $t_{hitung} (7,427) > t_{tabel} (2,160)$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa secara parsial variabel Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Pertumbuhan Penjualan ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 0,183 dengan nilai signifikan 0,858 sedangkan  $t_{tabel}$  yaitu  $n-k-1 = 15-2 = 13$  sebesar 2,160 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya  $t_{hitung} (0,183) < t_{tabel} (2,160)$  dengan nilai signifikan  $0,858 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa secara parsial variabel Pertumbuhan Penjualan tidak

berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### 4.3.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

Uji-F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Berikut ini hasil pengujian hipotesis secara simultan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.482	2	12.241	38.602	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.805	12	.317		
	Total	28.287	14			

a. Dependent Variable: Nilai\_Per

b. Predictors: (Constant), Pertumb\_Penju, Likuiditas

Pada tabel 4.6 uji-F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 38,602 dengan nilai signifikan 0,000 pada  $F_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan 0,95 dengan signifikan 0,05,  $df_1$  (jumlah variabel-1)=2, dan  $df_2$  ( $n - k$ )=12 (dimana  $k$ =jumlah variabel dan  $n$ =banyak data) dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,23, maka diperoleh  $F_{hitung}$  ( $36,602$ ) >  $F_{tabel}$  ( $3,89$ ) dengan nilai signifikan 0,000 dibawah nilai 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### 4.3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah angka yang menunjukkan besarnya derajat atau kemampuan distribusi variabel independen (X) dalam menjelaskan dan menerangkan variabel dependen (Y). Semakin besar koefisien determinasi

adalah nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Berikut ini nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) penelitian ini:

**Tabel 4.7**  
**Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 <sup>a</sup>	.865	.843	.563118

a. Predictors: (Constant), Pertumb\_Penju, Likuiditas

b. Dependent Variable: Nilai\_Per

(Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti, 2019)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dilihat nilai *R Square* sebesar 0,865 atau 86,5% yang berarti bahwa hubungan antara Nilai Perusahaan dengan Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan adalah kuat. Pada tabel juga ditunjukkan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,865 atau 86,5% yang artinya variasi dari Nilai Perusahaan dengan Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan sedangkan sisanya 13,5% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya ukuran perusahaan, struktur modal, laba perusahaan dan penggunaan hutang perusahaan.

Pada Tabel 4.7 di atas, tingkat hubungan antara variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan dengan variabel bebas yaitu Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama menunjukkan nilai *R* yaitu sebesar 0,865 atau 86,5% dengan tingkat hubungan kuat seperti dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

**Tabel IV.8**  
**Interprestasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan 2013:221

## **B. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan**

Dari hasil uji statistik Likuiditas ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Dikarenakan hasil  $t_{hitung}$  (7,427) >  $t_{tabel}$  (2,160) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang membayar utangnya serta dividen tepat pada waktunya membuat para investor lebih royal dan tidak ragu-ragu untuk meminjamkan dananya kembali ke perusahaan tersebut dan hal ini juga membuat nilai perusahaan di mata investor maupun kreditur baik.

Semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin baik posisi perusahaan. Terdapat kemungkinan untuk perusahaan membayar kewajibannya tepat waktu, kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek akan ditanggapi positif oleh pasar, pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan saat tingkat likuiditas tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Maka likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Wulandari, 2013)

### **2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan**

Dari hasil uji statistik Pertumbuhan Penjualan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Dikarenakan hasil  $t_{hitung}$  (0,183) <  $t_{tabel}$  (2,160) dengan nilai signifikan  $0,858 > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dalam hubungan terhadap nilai perusahaan menurut Kusumanjaya (2011) dalam Wijaya dan Utama (2014) mengemukakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan atau harga saham perusahaan sebab pertumbuhan perusahaan menjadi tanda perkembangan perusahaan yang baik yang berdampak respon positif dari investor.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sharon dkk (2015) mengindikasikan bahwa semakin tinggi angka pertumbuhan penjualan, maka perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan yang bagus. Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh di dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik di masa depan sehingga perusahaan memiliki kemampuan dalam memberikan keuntungan yang tinggi kepada investor. Dimana hal ini akan direspon positif oleh investor dan meningkatkan harga saham dari perusahaan yang selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Bhattachayya,1979 dalam Sharon dkk, 2015)

### **3. Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan**

Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel likuiditas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,865 atau 86,5% yang artinya variasi dari Nilai Perusahaan dengan Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan sedangkan

sisanya 13,5% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya ukuran perusahaan, struktur modal, laba perusahaan dan penggunaan hutang perusahaan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini menguji bagaimana Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 5 Perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Likuiditas secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018.
2. Pertumbuhan Penjualan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018.
3. Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018 dengan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,865 atau 86,5% yang artinya variasi dari Nilai Perusahaan dengan Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan sedangkan sisanya 13,5% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya ukuran perusahaan, struktur modal, laba perusahaan dan penggunaan hutang perusahaan .

## B. Saran

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

### 1. Bagi Pihak Investor

Investor dan kreditor sebagai pihak asing penyedia modal sebaiknya juga melihat faktor di atas sebelum menentukan akan meminjamkan modalnya atau tidak. Semakin tinggi nilai likuiditas, pertumbuhan penjualan secara bersama-sama, semakin tinggi pula nilai didalam suatu perusahaan.

### 2. Bagi Pihak Perusahaan

Bagi para pengusaha seperti pemilik perusahaan, investor, kreditor dan masyarakat hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk kepentingan masing-masing. Pemilik perusahaan hendaknya melihat faktor likuiditas, dan pertumbuhan penjualan ini pada saat menentukan proporsi modalnya.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengganti atau menambah variabel dalam penelitian ini yang relevan terhadap Nilai Perusahaan dan memperpanjang tahun penelitian yang tidak terbatas pada salah satu indeks saja, ataupun mencoba menambah sampel yang lebih besar dan meneliti dari sektor lain yang ada di Bursa Efek Indonesia, dan juga menambah variabel yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan seperti : ukuran perusahaan, struktur modal, laba perusahaan dan penggunaan hutang perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ammy, B., & Alpi. M. F. (2018) .Pengaruh Perputaran Piutang dan Perputaran Modal Kerja terhadap Likuiditas Perusahaan Otomotif dan Komponen. *Jurnal Riset Finansial Bisnis 2 (3)*, 135-144.
- Alpi, M. F., & Gunawan, A. (2018). Pengaruh Current Ratio dan Total Assets Turnover terhadap Return on Assets pada Perusahaan Plastik dan Kemasan. *Jurnal Riset Akuntansi Ekonomi dan Bisnis 17 (2)*, 1-36.
- Anzlina, R. C. W. (2013). Pengaruh Tingkat Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, 16(2)*, 13-22.
- Basu, S. (2014). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Terjemahan, Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Christiawan, Y. J., & Tarigan, J. (2009). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 9(1)*, 20-33.
- Fahmi, I. (2013). *Pengantar Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Bandung: Alfabeta.
- Hafsah. (2017). Penilaian Kinerja Keuangan Dengan Menganalisis Current Ratio, Quick Ratio Dan Return On Investment. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 1(1)*, 1-6.
- Hani, S. (2015). *Teknik Analisa Laporan Keuangan*. Medan: UMSU Press.
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Harjito, A., & Martono. (2010). *Manajemen Keuangan. Edisi Kedua, Cetakan Pertama*.Yogyakarta: Ekonisia.
- Hemastuti, C. P. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Kepemilikan Insider Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 3(4)*, 1-15.
- Herawati, L. N. A. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks LQ45. *Jurnal Ilmiah Perbanas Surabaya, 3(1)*, 8-19.

- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2012). *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Keenam Cetakan Pertama*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN.
- Jufrizen., & Asfa, Q. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 4(2), 1-19.
- Kasmir. (2012). *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kusumajaya, D. K. (2011). Pengaruh Struktur Modal dan PERTUMBUHAN Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Pasca Sarjana Universitas Udayana*, 6(1), 61-79.
- Lubis, I. L. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 3(3), 17-26.
- Munawir. (2010). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: PT. Liberty.
- Nikmatussolichah. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017 . *Jurnal Riset Akuntansi*, 7(9), 63-79.
- Nuzula, N. F. (2014). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(1), 14-23.
- Prasetyorini, F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-21.
- Puspita, I. A., Dewi, T., & Sujana K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(1), 19-30.
- Riyanto, B. (2008). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: PT.BPFE.
- Rudianto. (2009). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Grasindo.
- Sari, O. T. (2013). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Managemen Analysis*, 2(2), 44-56.
- Sartono, A. (2012). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.

- Sitanggang, J. P. (2012). *Manajemen Keuangan Perusahaan Edisi Asli*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Situmeang, A. R. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba, Kepemilikan Asing Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji*, 3(1), 88-97.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktek*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Sudiani, K. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 16-25.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sulasmiyati, S. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2), 20-33.
- Supomo, B. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPF E.
- Sutrisno. (2009). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Syamsuddin, L. (2009). *Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Baru*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wahyuni, S.F., Sanjaya, S., & Sari, M. (2018). Studi Kebijakan Dividen: Variabel Anteseden Dan Konsekuensi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Finansial Bisnis*, 2(3), 111-122.
- Warren, R. F. (2008). *Accounting Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wulandari, D. R. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Operating Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Intervening. *Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Semarang*, 6(1), 45-53.