

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERTUMBUHAN LABA DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE

Theresia Veronica

theresiaveronica29@gmail.com

Budyanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The aims of this study is to analyze the impact of the sales growth, the profit growth and the liquidity toward the firm value of the food and beverages companies which are registered in Indonesia's Stock Exchange. The sales growth is measured by the Net Sales Grow Ratio, the profit growth is measured by the Net Profit Grow Ratio, the liquidity is measured by the Current Ratio and the firm value is measured by the Price to Book Value. The population of this study are 29 food and beverages companies. The type of this research is quantitative. The samples of this study are collected by the saturation sampling, the technique for determining the samples if all the samples are applied as the samples. Based on that method, the study collects 12 food and beverages companies which are registered in 2015-2019. The analysis applies the statistic descriptive and the inferential analysis with the multiple linear regression. The result shows that the sales growth, the profit growth and the liquidity have long average values. the results of the classic assumption test shows that all applied variables are required for the assumption and there is no contravention, and the result of the model properness test also shows that the regression models are appropriate to be applied. The hypothesis test shows that the sales growth and the profit growth give significant impact to the firm value, while the liquidity gives significant impact to the firm value.

Keywords : *the sales growth, the profit growth, the liquidity, the firm value.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pertumbuhan penjualan diukur dengan *Net Sales Grow Ratio*, pertumbuhan laba diukur dengan *Net Profit Grow Ratio*, likuiditas diukur dengan *Current Ratio* dan nilai perusahaan diukur dengan *Price to Book Value*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini perusahaan *food and beverage* dengan jumlah 29 perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode sampel jenuh, yaitu teknik penentuan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel. Berdasarkan metode sampel jenuh tersebut didapatkan 12 perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di bursa Efek Indonesia selama tahun 2015-2019. Metode analisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian statistik deskriptif menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas memperoleh nilai rata-rata rendah. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan semua variabel yang digunakan memenuhi asumsi dan tidak ada pelanggaran, demikian juga hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa model regresi layak untuk digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, likuiditas, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis kini semakin hari semakin kreatif, maju dan berkembang. Tidak hanya itu, kini banyak juga pembisnis-pembisnis baru yang muncul karena beberapa faktor tertentu, seperti munculnya hobi baru, adanya factor jiwa pembisnis dari setiap generasi muda, dan bisa jadi karena adanya factor ekonomi yang mendorong berdirinya suatu bisnis itu terjadi sehingga itu semua mengakibatkan munculnya banyak sekali dunia bisnis yang ada di era sekarang. Salah satu bidang bisnis yang sudah banyak dan inovatif

yaitu bisnis di bidang makanan dan minuman atau bisa disebut perusahaan *food and beverage*. Makanan dan minuman sudah menjadi kebutuhan yang pasti dibutuhkan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dunia bisnis *food and beverage* yang banyak dan luas ini membuat adanya persaingan antara satu dengan yang lainnya dari perusahaan kecil menengah hingga perusahaan besar yang sudah *go public*. Setiap perusahaan pasti ingin memiliki prospek masa depan yang baik dan tentunya ingin selalu mencapai nilai perusahaan yang tinggi, jika nilai perusahaan tinggi dapat menarik perhatian investor untuk bisa berinvestasi pada perusahaan tersebut, semua itu harus didukung dengan kinerja perusahaan yang bagus juga.

Maka dari itu nilai perusahaan sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap manajemen perusahaan. Fenomena yang sering terjadi saat ini seperti contohnya perusahaan *food and beverage* yang sudah banyak berdiri dan menjadi perusahaan besar tetapi terkadang belum tentu perusahaan memiliki kinerja yang baik dan dapat dipercaya, tentunya akan membuat perusahaan kalah dalam persaingan dan gagal menjadi perusahaan yang unggul dari yang lain. Penyebabnya kekalahan dalam persaingan bisnis pasti disebabkan oleh banyak faktor seperti tidak memiliki kinerja yang baik, kurangnya kerja sama dari pihak internal perusahaan dalam menjalankan suatu manajemen perusahaan dengan begitu juga sulit untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dan unik dalam realisasi penciptaan suatu produk sehingga menimbulkan suatu beban tersendiri bagi perusahaan *food and beverage* tersebut dan tentunya tidak bisa dipercaya dalam hal konsistensi menciptakan nilai perusahaan yang baik disetiap periodenya.

Maka dari itu setiap perusahaan perlu dan harus memiliki kinerja yang baik dan serta strategi yang tepat untuk bersaing, dan bukan hanya strategi yang tepat tetapi suatu tindakan nyata yang dilakukan dan dibuktikan kepada investor dan konsumen, sehingga perusahaan tersebut dapat berdiri mencapai nilai perusahaan dan menjadi perusahaan yang baik, unggul dan tentunya perusahaan dapat dipercayai oleh investor pada saat investor melakukan suatu investasi, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan karena perusahaan memiliki keuntungan dari harga saham yang terjual dan investor juga mendapatkan keuntungan dari dividen yang didapat dari perusahaan dalam setiap periodenya, dan tentunya prospek yang dimiliki sangat menguntungkan untuk masa sekarang dan masa yang akan datang.

Tabel 1
Rata-Rata PBV Perusahaan Perusahaan *Food and Beverage* 2015-2019

No	Kode Perusahaan	2015	2016	2017	2018	2019
1	ADES	1,00	1,56	1,39	1,13	1,13
2	BUDI	0,26	0,24	0,33	0,38	0,37
3	CEKA	1,39	0,45	0,89	0,66	0,80
4	DLTA	367,52	4,11	2,99	3,74	4,62
5	ICBP	4,66	8,49	4,92	4,53	4,44
6	INDF	1,37	1,03	1,49	1,04	1,14
7	MLBI	32,85	21,05	23,25	29,78	37,09
8	MYOR	3,60	108,84	5,00	7,12	5,65
9	ROTI	5,90	4,44	2,87	2,33	2,56
10	SKLT	1,36	0,86	0,69	2,91	2,72
11	STTP	1,97	1,69	3,02	2,98	1,96
12	ULTJ	3,84	3,27	3,14	0,69	0,63
Rata-Rata PBV		35,48	13,00	4,16	4,77	5,25

Sumber: Data Sekunder (Diolah, 2021)

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan yang dilihat dari hasil penghitungan *Price To Book Value* (PBV) pada perusahaan *food and beverage* selama periode 2015-2019 yang ada di Bursa Efek Indonesia memiliki nilai rata-rata yang tinggi ditahun 2015 dengan nilai rata-rata 35,48 dan DLTA mencapai nilai tertinggi, ditahun 2016 nilai rata-rata

PBV mengalami penurunan dengan nilai rata-rata 13,00 dan BUDI memiliki nilai PBV terendah dengan nilai 0,24, ditahun 2017 perusahaan juga mengalami penurunan secara berturut-turut hingga tahun 2018 dan 2019 mengalami sedikit peningkatan dengan rata-rata nilai PBV 4,77 dan 5,25 dan nilai PBV tertinggi di tahun 2019 dipegang oleh MLBI. Rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* dari 2014-2017 mengalami penurunan sebesar 6,8 kali per tahun.

Hal ini sangat penting sekali untuk diteliti, karena jika kondisi nilai perusahaan menurun sangat mengancam eksistensi dan nama baik sebuah perusahaan sehingga mempengaruhi kelancaran jalannya perusahaan, kekalahan dalam persaingan dengan perusahaan lain dan tidak hanya itu hal ini juga membawa dampak negative bagi investor, investor menjadi ragu untuk berinvestasi dan tingkat kepercayaannya menurun terhadap perusahaan tersebut karena prospek perusahaan yang tidak jelas, hal ini sangat memprihatinkan bagi masa depan perusahaan di masa yang akan datang, apabila hal ini dibiarkan dan tidak segera dicegah maka produktivitas perusahaan tersebut seiring berjalannya waktu akan menurun, tidak adanya pemasukan atau pendapatan dan mengalami kerugian bahkan bisa mengalami kebangkrutan.

Terdapat banyak faktor faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Menurut Astuti (2004:37) nilai perusahaan dapat diperoleh melalui harga saham. Menurut Husnan (2004:6) naik turunnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh keputusan investasi, keputusan memperoleh dana, dan kebijakan deviden. Sedangkan menurut Halim dan Hanafi (2012:130) nilai perusahaan dapat diperoleh dari profitabilitas, tingkat resiko, serta aliran kas. Adapun penelitian menurut Situmeang (2018) menyatakan bahwa setiap adanya kenaikan dan penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, kepemilikan asing, dan kepemilikan manajerial. Penelitian oleh Lubis *et al* (2017) menyebutkan faktor lain yang dapat mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan adalah profitabilitas, struktur modal, serta likuiditas. Menurut penelitian oleh Wijaya dan Purnawati (2012) faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu likuiditas dan kepemilikan institusional. Penelitian oleh Sutisna dan Sutarti (2012) tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan laba.

Tetapi adapun faktor lain menurut penelitian dari Panthow *et al* (2015) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, ROA, dan struktur modal. Menurut penelitian Chasanah dan Adhi (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, struktur modal, dan likuiditas. Menurut penelitian Herawati (2017) faktor faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas. Hal ini berbeda menurut penelitian oleh Ngurah dan Lestari (2016) faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Menurut penelitian Mandalika (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur aktiva, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan. Menurut penelitian Antu (2018) faktor faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan yaitu pertumbuhan laba. Hal ini berbeda menurut penelitian oleh Mardiana (2018) faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ROA, pertumbuhan laba, dan *debt to equity ratio* dan penelitian menurut Sudiani dan Darmayanti (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan, dan *investment opportunity set*.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat sembilan belas faktor yang didapat oleh peneliti hal-hal yang mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor - faktor tersebut adalah keputusan investasi, kebijakan dividen, keputusan memperoleh dana, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, profitabilitas, struktur modal, likuiditas, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, ROA, *leverage*, struktur aktiva, *debt to equity ratio*, pertumbuhan, *investment opportunity set*.

Faktor-faktor diatas saling berkaitan serta dapat mempengaruhi kenaikan dan penurunan nilai perusahaan. Mengingat adanya keterbatasan peneliti dalam hal waktu, wawasan, tenaga dan biaya dalam penelitian ini, maka dari itu tidak semua faktor diatas akan diteliti. Peneliti akan membatasi beberapa variabel yaitu menggunakan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, dan likuiditas sebagai variabel independen untuk melihat pengaruh terhadap naik turunnya nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Pertimbangan peneliti memilih pertumbuhan penjualan didasarkan pada kajian empiris dari penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya. Peneliti menemukan hasil yang berbeda antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dilihat dari hasil penelitian oleh Panthow *et al* (2015) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan penelitian oleh Herawati (2017) mendukung penelitian ini yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai suatu perusahaan, akan tetapi hasil penelitian berbeda oleh Situmeang (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini diperkuat dengan hasil penelitian oleh Mandalika (2016) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan bagi nilai perusahaan.

Kemudian pertimbangan memilih pertumbuhan laba karena didasarkan pada kajian empiris penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Sutisna dan Sutarti (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini didukung juga oleh hasil penelitian oleh Antu (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini diperkuat lagi dengan hasil penelitian oleh Mardiana (2018) yang menyatakan pertumbuhan laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Situmeang (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya kenaikan laba tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertimbangan peneliti memilih faktor likuiditas karena didasarkan pada kajian empiris penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian oleh Ngurah dan Lestari (2016) menyatakan bahwa faktor likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan didukung dengan hasil penelitian oleh Wijaya dan Purnawati (2016) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal yang berbeda menurut hasil penelitian Suidani dan Darmayanti (2016) menyatakan bahwa likuiditas memiliki berpengaruh tetapi tidak significant terhadap nilai perusahaan, hal ini diperkuat hasil penelitian oleh Lubis *et al* (2017) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan, hal yang sama penelitian oleh Chasanah dan Adhi (2015) menyatakan bahwa faktor likuiditas berpengaruh tidak significant terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu likuiditas sangat dipertimbangkan oleh investor maupun pihak eksternal dalam menilai suatu nilai perusahaan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan kajian empiris, maka peneliti memilih judul "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia".

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia? (2) Apakah *pertumbuhan laba* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia? (3) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia?. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. (2) Untuk

mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN TEORITIS

Nilai Perusahaan

Menurut Astuti (2014:38) nilai perusahaan merupakan suatu rasio harga pasar saham terhadap nilai buku yang memberikan indikasi bagaimana cara pandang investor pada perusahaan. Harga pasar yang tinggi akan diikuti dengan nilai perusahaan yang tinggi, karena nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham. Oleh karena itu nilai perusahaan merupakan cerminan dari harga pasar perusahaan dimana semakin tinggi harga saham semakin diminati oleh banyak investor.

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kesuma (2009) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Suatu perusahaan yang baik dapat dilihat dari aspek penjualan yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Suatu perubahan pada penjualan disetiap tahunnya dan pertumbuhan penjualan suatu produk sangat tergantung dari daur hidup produk. Menurut Tjiptono (2008 : 604) Jika perusahaan dapat mencapai peningkatan penjualan di setiap tahunnya maka akan diikuti dengan meningkatnya nilai suatu perusahaan.

Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan laba adalah salah satu tolak ukur yang digunakan untuk mengukur penilaian kinerja suatu perusahaan Menurut Harahap (2015:310) pertumbuhan laba merupakan suatu rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan laba atau keuntungan bersih dan dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan semakin tinggi laba yang dapat diperoleh oleh perusahaan membuktikan semakin baik kinerja perusahaan dan kondisi perusahaan semakin baik, sehingga investor tertarik dengan menanamkan modalnya dan itu akan menambah keuntungan bagi perusahaan, hal ini akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan

Likuiditas

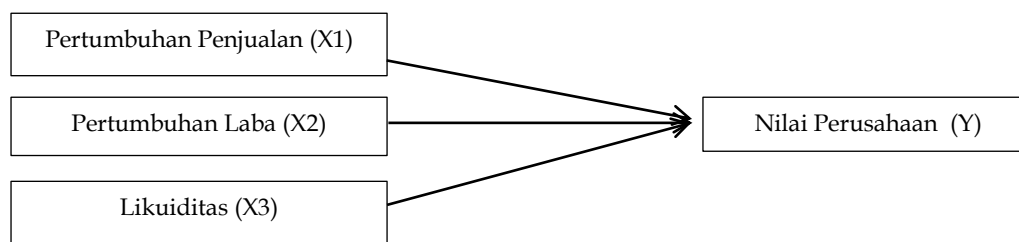
Rasio likuiditas adalah suatu rasio yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang harus segera dipenuhi oleh perusahaan (Kasmir, 2017:128). Jika perusahaan dapat mengelola aktiva lancar maka dapat menghasilkan kenaikan laba dan hal tersebut juga diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan (Munawir,2002:91).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh : (1) Panthow et al (2017) dan Herawati (2017), hasil penelitiannya menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Situmeang (2018), hasil penelitiannya menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Sutarti (2012), Antu (2018), dan Mardiana (2018) hasil penelitiannya menyatakan pertumbuhan laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (4) Situmeang (2018), hasil penelitiannya menyatakan pertumbuhan laba berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (5) Ngurah dan Lestari (2016), Wijaya dan Purnawati (2016), Sudiani dan Darmayanti (2016) hasil penelitiannya menyatakan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (6)

Lubis *et al* (2017) Hasil penelitiannya menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Penelitian mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: H₁ : pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI. H₂ : pertumbuhan laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI. H₃ : likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi

Penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian dengan menggunakan data yang dinyatakan dalam angka dan dengan teknik statistik (Sangadji dan Sopiah, 2010:26). Dalam penelitian ini jenis penelitian menggunakan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*). Penelitian kausal komparatif merupakan suatu penelitian yang menggambarkan dan menunjukkan hubungan arah antara variabel terikat dengan variabel bebas dan bertujuan untuk meneliti dan menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat terhadap akibat yang terjadi atas dasar pengamatan yang dilakukan.

Populasi merupakan keseluruhan dari suatu objek penelitian yang dapat berupa hewan, manusia, tumbuhan, gejala, udara, sikap hidup, peristiwa, nilai dan lain sebagainya dengan memiliki karakteristik tertentu, sehingga dapat dijadikan objek sebagai sumber data penelitian. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode 2015-2019 yaitu sejumlah 29 perusahaan.

Teknik Pengambilan Sampel

Mengingat jumlah populasi yang memenuhi kriteria relatif kecil yaitu 12 perusahaan, sehingga peneliti mampu untuk mengakses seluruh data yang diperlukan. Maka peneliti akan menggunakan metode sampling jenuh yaitu teknik pemilihan sampel apabila seluruh populasi digunakan sebagai sampel. Dan hal ini sejalan dengan pernyataan dari Sangadji dan Sopiah (2010 : 189) yang menyatakan bahwa sampel jenuh adalah suatu teknik penentuan sampel apabila seluruh populasi digunakan atau dijadikan sebagai sampel. Sehingga diperoleh populasi yang memenuhi kriteria-kriteria yaitu sebanyak 12 perusahaan *food and beverage* di BEI. Sampel yang digunakan adalah perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kriteria sebagai berikut : (1) Perusahaan *food and beverage*

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019. (2) Perusahaan *food and beverage* yang melaporkan laporan keuangannya selama periode 2015-2019 (3) Perusahaan *food and beverage* yang mempunyai laba selama periode 2015-2019. Setelah diseleksi dengan menggunakan 3 kriteria tersebut, maka terdapat 12 perusahaan *food and beverage* yang memenuhi kriteria untuk diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis dari data yang diteliti, peneliti dalam melakukan penelitian menggunakan data dokumenter. Data dokumenter ialah jenis dari data penelitian yang berupa: jurnal, faktur serta laporan-laporan dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan *food and beverage* yang ada di Galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya. Sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitiannya adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang didapat atau diperoleh secara tidak langsung. Sumber data yang dijadikan untuk penelitian diperoleh dari laporan keuangan perusahaan *food and beverage* yang diterbitkan di Bursa Efek Indonesia dengan situs website www.idx.co.id dan diperoleh dari Galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya.

Klasifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Klasifikasi Variabel

Pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas. Sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah nilai perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Pertumbuhan Penjualan (*Net Sales Grow Ratio*)

Pertumbuhan penjualan merupakan suatu perubahan atau kenaikan jumlah penjualan yang terus meningkat dari waktu ke waktu maupun tahun ke tahun. Dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan diproksikan dengan *net sales grow ratio*. Ratio ini mengetahui seberapa besar peningkatan penjualan yang diraih oleh perusahaan dibandingkan dengan tahun lalu. Perusahaan dapat dikatakan beresiko apabila perusahaan mengalami hasil penjualan yang cenderung menurun, karena akan membawa dampak buruk yaitu menghambat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Namun jika suatu perusahaan mengalami tingkat penjualan yang tinggi juga diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Menurut Kasmir (2016:107) pengukuran pertumbuhan penjualan yang diproksikan dengan *net sales grow ratio* yaitu sebagai berikut :

$$\text{Net Sales Grow Ratio} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net Sales } t-1} \times 100\%$$

Pertumbuhan Laba (*Net Profit Grow Ratio*)

Pertumbuhan laba merupakan suatu rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu untuk meningkatkan laba atau keuntungan bersih dan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dalam penelitian ini pertumbuhan laba dapat diproksikan dengan *net profit grow ratio*. Semakin tinggi laba yang didapat perusahaan semakin baik juga kinerja perusahaan dan kondisi perusahaan. Investor juga akan tertarik untuk menanamkan modalnya, hal ini akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Pengukuran laba yang diproksikan dengan *net profit grow ratio* (Harahap 2015:310). Pengukurannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Grow Ratio} = \frac{\text{Net Profit } t - \text{Net Profit } t-1}{\text{Net Profit } t-1} \times 100\%$$

Likuiditas (*Current Ratio*)

Rasio likuiditas merupakan suatu rasio untuk melihat apakah perusahaan mampu untuk memenuhi hutang atau kewajiban jangka pendek yang harus dipenuhi dan pada saat kewajiban itu ditagih. Dalam penelitian diproksikan dengan *current ratio* (CR) dalam mengukur likuiditas suatu perusahaan. Pertimbangan peneliti memakai ratio ini, untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam melunasi utang maupun kewajiban jangka pendeknya yang telah jatuh tempo dengan aktiva lancar. Jika aktiva lancar dapat dikelola dengan baik oleh perusahaan maka dapat menghasilkan keuntungan dan pastinya nilai perusahaan juga ikut meningkat. Pengukuran likuiditas dengan *current ratio* menurut Kasmir (2017:134) adalah sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Nilai Perusahaan (*Price to book value*)

Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon investor atau pembeli apabila perusahaan tersebut nantinya akan dijual. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV). Pertimbangan peneliti menggunakan PBV dalam melakukan penelitian, karena tinggi rendahnya PBV memiliki peran yang penting bagi pemilik perusahaan dan investor. Jika semakin tinggi nilai PBV maka perusahaan dapat mensejahterahkan para pemegang saham. Untuk pengukuran penilaian nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV, menurut Astuti (2014:38) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Price to book value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai buku per saham}}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu metode yang digunakan dalam memproses hasil penelitian yang berguna untuk memperoleh suatu kesimpulan, dan bertujuan untuk memunculkan hasil yang digunakan dalam memecahkan sebuah masalah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Statistik deskriptif dan Statistik inferensial. Pada statistik inferensial terdiri dari : (1) Analisis regresi linier berganda. (2) Uji asumsi klasik yaitu meliputi pengujian normalitas, pengujian multikolinieritas, pengujian autokorelasi, pengujian heteroskedastisitas. (3) Uji kelayakan model. (4) Uji hipotesis.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah suatu analisis menggambarkan data penelitian menjadi sebuah informasi yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi (*deviation standart*), nilai maksimum (*maximum value*) dan nilai minimum (*minimum value*).

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis yang digunakan ini berguna untuk mengetahui pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, dan likuiditas. serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan alat bantu *software* computer program SPSS diperoleh hasil pada Tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.179	.606		.295	.769
	Pertumbuhan Penjualan	.024	.037	.105	.658	.514
	Pertumbuhan Laba	-.005	.008	-.096	-.610	.546
	Likuiditas	.010	.003	.509	3.544	.001

Sumber : Data Sekunder (diolah, 2021)

Hasil pengujian persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$NP = 0.179 + 0.024 - 0.005 + 0.010.$$

Konstansta (α)

Konstanta memiliki nilai sebesar 0.179, artinya apabila variabel pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas nilainya sama dengan 0, maka nilai perusahaan memiliki nilai sebesar 0.179.

Pertumbuhan Penjualan

Koefisien regresi pertumbuhan penjualan memiliki nilai sebesar 0.024, artinya menunjukkan arah hubungan positif antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan. Tanda positif ini memiliki arti bahwa pengaruh pertumbuhan penjualan searah dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin naiknya nilai pertumbuhan penjualan yang ada diperusahaan maka diikuti oleh naiknya nilai perusahaan sebesar 0.024.

Pertumbuhan Laba

Koefisien regresi pertumbuhan laba memiliki nilai sebesar -0.005, artinya menunjukkan arah hubungan negative antara pertumbuhan laba dengan nilai perusahaan. tanda negative ini memiliki arti bahwa pengaruh pertumbuhan laba tidak searah dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin naiknya nilai pertumbuhan laba maka nilai perusahaan tersebut akan semakin turun sebesar -0.005.

Likuiditas

Koefisien regresi likuiditas memiliki nilai sebesar 0.010, artinya menunjukkan arah hubungan positif antara likuiditas dengan nilai perusahaan. Tanda positif ini memiliki arti bahwa pengaruh likuiditas searah dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin naiknya nilai likuiditas yang ada diperusahaan maka diikuti oleh naiknya nilai perusahaan sebesar 0.010.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik tersebut secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

Uji Normalitas

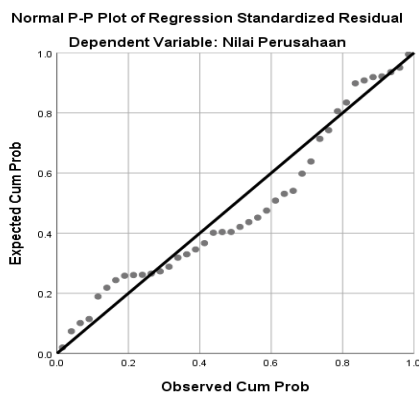
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.45496161
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.132
	Negative	-.085
Test Statistic		.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c

Sumber : Data Sekunder (diolah, 2021)

Berdasarkan output uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov diperoleh hasil yang ditampilkan di Tabel 3, terlihat bahwa nilai Asymp (2-tailed) sebesar 0.075, nilai menunjukkan $> 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi uji normalitas. Hasil ini diperkuat dan diperjelas dengan analisis grafik *P-P Plot* yang disajikan pada gambar 2 sebagai berikut :



Gambar 2
Hasil Uji Normalitas
 Sumber : Data Sekunder (diolah, 2021)

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui model regresi dalam penelitian terdapat korelasi yang tinggi antara variabel likuiditas, *leverage*, dan ukuran perusahaan dalam model regresi yang telah dibuat dengan melihat nilai *Tolerance* (TOL) dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel penelitian bebas dari masalah multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan alat bantu program SPSS diperoleh hasil pada Tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Coefficients ^a	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pertumbuhan Penjualan	.791	1.265
	Pertumbuhan Laba	.806	1.240
	Likuiditas	.970	1.031

Sumber : Data Sekunder (diolah, 2021)

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4 diatas uji multikolinieritas menunjukkan nilai Tolerance (TOL) dari pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, serta likuiditas terhadap nilai perusahaan memiliki nilai TOL sebesar > 0.1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) memiliki nilai < 10 maka dapat disimpulkan bahwa data bebas dari gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam suatu model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau tidaknya didalam sebuah regresi. Pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (*Durbin Watson test*). Ada beberapa keputusan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi : (1) Bilai nilai DW dibawah -2, maka dikatakan terdapat korelasi positif. (2) Bila nilai DW diantara -2 dan +2, maka dikatakan tidak terdapat autokorelasi. (3) Bila nilai DW diatas +2, maka dikatakan terdapat korelasi negatif. Hasil uji autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson* dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

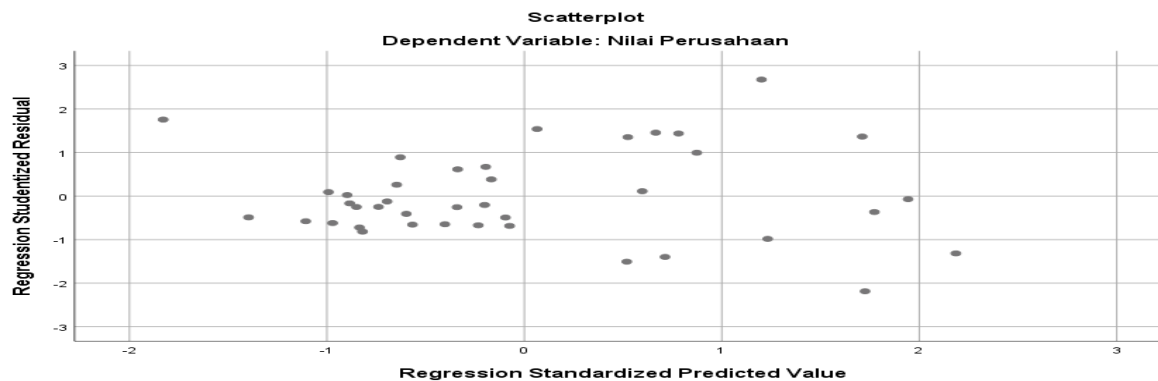
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.528 ^a	.279	.219	1.514372	1.070

Sumber : Data Sekunder (diolah, 2021)

Berdasarkan hasil output pada Tabel 5 uji autokorelasi, dapat dilihat dan diketahui bahwa model regresi bebas dari masalah autokorelasi, karena Durbin-Watson (DW) diantara -2 dan +2, hal ini menunjukkan model regresi tidak ada masalah autokorelasi atau bebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menguji dan mengetahui ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Suatu model regresi dikatakan baik apabila tidak adanya masalah heteroskedastistas. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafis *scatterplot* pada variabel dependennya dengan residualnya.



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data Sekunder (diolah, 2019)

Berdasarkan Gambar 3 diatas, uji heteroskedastisitas bahwa penyebaran pada grafik *scatterplot* tidak berbentuk pola tertentu, dan titik-titiknya menyebar secara acak maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau bebas dari gejala heteroskedastisitas sehingga layak digunakan untuk model penelitian.

Uji Kelayakan Model

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji ini pada dasarnya untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Tujuan Uji F ini untuk menguji dari variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat atau tidak. Didalam penelitian α yang digunakan ialah 0,05 atau 5 % dan regresi akan dikatakan sesuai jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Dalam menentukan keputusan ada dasar-dasar pengambilan keputusan yaitu : 1) Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan dan dapat dikatakan layak untuk digunakan. 2) Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka artinya variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen secara simultan dan dapat dikatakan tidak layak untuk digunakan. Hasil dari uji F ini merupakan data yang diolah dengan menggunakan SPSS yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.993	3	10.664	4.650	.008 ^b
	Residual	82.560	36	2.293		
	Total	114.553	39			

Sumber : Data Sekunder (diolah, 2021)

Berdasarkan pada Tabel 6 diatas dengan hasil Uji F dapat dilihat bahwa data tersebut memiliki nilai signifikansi < 0.05 yaitu sebesar 0.008, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan secara simultan sehingga dapat dikatakan layak untuk digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi merupakan suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun kriteria kriteria pengujian determinasi berganda R² antara 0 dan 1 adalah 1) Jika R² = 1 atau mendekati angka 1, kesimpulannya semakin besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga model pendekatan dapat dikatakan layak untuk digunakan. 2) Jika R² = 0 atau mendekati 0 yang artinya semakin kecil kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga model pendekatan dapat dikatakan tidak layak untuk digunakan.

Hasil dari uji koefisien determinasi (R²) ini menggunakan SPSS yang dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.528 ^a	.279	.219	1.514372	1.070

Sumber : Data Sekunder (diolah, 2021)

Berdasarkan pada Tabel 7 hasil uji koefisien determinasi (R²) diatas dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,279 atau 27,9 % yang artinya bahwa kontribusi dari variabel independen yang terdiri dari pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas terhadap nilai perusahaan adalah 27,9 % sedangkan sisanya 72,1 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Pada penelitian ini uji hipotesis yang digunakan adalah Uji Statistik t. Uji ini dipakai untuk menguji dan mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan melalui pengujian ini dapat mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis yang diajukan dengan dasar kriteria. Dari hasil uji hipotesis (uji t) yang diuji dengan menggunakan SPSS yang dapat diketahui dan dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut :

Tabel 8
Hasil Uji Statistik t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.179	.606		.295	.769
	Pertumbuhan Penjualan	.024	.037	.105	.658	.514
	Pertumbuhan Laba	-.005	.008	-.096	-.610	.546
	Likuiditas	.010	.003	.509	3.544	.001

Sumber : Data Sekunder (diolah, 2021)

Berdasarkan hasil uji statistik t pada Tabel 8 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Uji Parsial Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) diatas dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 0.658 dengan nilai signifikansi 0.514. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0.514 > 0,05 dan nilai koefisien positif maka H1 ditolak dan H0 diterima. Artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*.

Uji Parsial Pengaruh Pertumbuhan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) diatas dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar -0.610 dengan nilai signifikansi 0.546. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0.546 > 0,05$ dan nilai koefisien negatif maka H_2 ditolak dan H_0 diterima. Artinya pertumbuhan laba berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*.

Uji Parsial Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) diatas dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 3.544 dengan nilai signifikansi 0.001. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0.001 < 0,05$ dan nilai koefisien positif maka H_3 diterima dan H_0 ditolak. Artinya likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*.

Pembahasan

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan merupakan suatu perubahan atau kenaikan jumlah penjualan yang terus meningkat dari waktu ke waktu maupun tahun ke tahun. Rasio ini untuk mengetahui seberapa besar peningkatan hasil penjualan yang diraih oleh perusahaan dibandingkan hasil penjualan tahun lalu. Perusahaan dapat dikatakan beresiko apabila perusahaan mengalami hasil penjualan yang cenderung menurun, karena akan membawa dampak buruk yaitu menghambat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) diatas menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori dari Tjiptono (2008:604) yang mengatakan bahwa kenaikan suatu penjualan yang secara terus menerus dapat meningkatkan nilai perusahaan dan perusahaan cenderung beresiko apabila hasil penjualan cenderung menurun. Hal ini disebabkan karena adanya faktor-faktor yang mengakibatkan penjualan tidak stabil seperti kondisi perusahaan yang tidak memiliki manajemen yang baik, kurangnya strategi sehingga hasil penjualan di tiap tahunnya tidak stabil dan menyebabkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Panthow, *et al*,2015; Herawati,2017). Namun demikian hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Situmeang (2018) dan Mandalika (2016) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan laba merupakan suatu rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu untuk meningkatkan laba atau keuntungan bersih dan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Rasio ini mengetahui besar peningkatan laba yang diraih oleh perusahaan dengan dibandingkan dengan tahun lalu. Perusahaan dinilai beresiko apabila semakin rendahnya laba yang didapat oleh perusahaan, sangat menandakan kinerja perusahaan juga mulai menurun dan akhirnya semakin buruk kondisi perusahaan. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) diatas menjelaskan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori dari Harahap (2015:311) yang mengatakan bahwa kenaikan suatu laba yang secara terus menerus dapat meningkatkan nilai perusahaan dan perusahaan cenderung beresiko apabila hasil laba cenderung menurun. Hal ini disebabkan karena adanya faktor-faktor yang mengakibatkan laba yang diperoleh tidak stabil seperti kondisi eksternal adanya kenaikan tarif pajak dan bunga ditiap tahunnya yang menyebabkan hasil laba yang

diperoleh di tiap tahunnya tidak stabil dan menyebabkan pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sejalan juga dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Sutarti,2012; Antu,2018; Mardiana,2018). Namun demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Situmeang (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (Mardiana,2018).

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio likuiditas merupakan suatu rasio untuk melihat apakah perusahaan mampu untuk memenuhi hutang atau kewajiban jangka pendek yang harus dipenuhi dan pada saat kewajiban itu ditagih. Rasio ini, untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam melunasi utang maupun kewajiban jangka pendeknya yang telah jatuh tempo dengan aktiva lancar. Perusahaan akan dikatakan beresiko jika likuiditas ini sangat tinggi, namun tinggi nya rasio lancar membuktikan perusahaan memiliki kelebihan dalam aktiva lancarnya. Jika aktiva lancar dapat dikelola dengan baik oleh perusahaan maka dapat menghasilkan keuntungan dan pastinya nilai perusahaan juga ikut meningkat. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) diatas menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*. Hasil ini sejalan dengan teori dari Munawir (2002:91) yang menyatakan bahwa semakin tinggi likuiditas yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan sehingga investor tertarik untuk berinvestasi tanpa ragu dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa likuiditas yang diprosikan dengan *current ratio* (CR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Ngurah dan Lestari, 2016; Wijaya dan Purnawati,2016; Sudiani dan Darmayanti,2016). Hal ini disebabkan bahwa aktiva lancar yang dimiliki perusahaan itu sudah terkelola dengan baik dan terpakai secara efisien dalam membayar hutang jangka pendek perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Lubis *et al* (2017) yang menyatakan bahwa likuiditas yang diprosikan dengan *current ratio* (CR) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, ada suatu kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019 sebagai berikut : (1) Berdasarkan hasil dari uji deskriptif yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas memiliki nilai rata-rata yang cukup rendah. (2) Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini memiliki arti bahwa secara parsial pertumbuhan penjualan tidak memiliki hubungan yang signifikan atau hubungan yang cukup berdampak terhadap nilai suatu perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan pertumbuhan penjualan dalam perusahaan bukan satu-satunya faktor yang dapat memberikan pengaruh besar terhadap nilai perusahaan. (3) Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa secara parsial pertumbuhan laba tidak memiliki hubungan yang signifikan atau hubungan yang cukup berdampak bagi nilai perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan kenaikan laba yang dimiliki oleh perusahaan belum tentu akan menaikkan nilai perusahaan. (4) Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memiliki arti bahwa secara parsial likuiditas memiliki hubungan yang signifikan atau

hubungan berdampak bagi nilai perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya likuiditas suatu perusahaan dapat menunjukkan suatu prospek perusahaan yang baik.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya sebagai berikut: (1) Penelitian ini hanya membahas mengenai variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas. Sedangkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan (2) Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2019 sebagai sampel penelitian.

Saran

Saran yang akan diberikan oleh peneliti berdasarkan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut : (1) Bagi perusahaan, disarankan untuk tetap menjaga konsistensi dan mempertahankan pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, likuiditas serta nilai perusahaan. Hal ini bertujuan untuk menjaga eksistensi perusahaan dan tetap dalam keadaan yang baik dalam menjalankan aktivitas perusahaan. (2) Bagi investor dan calon investor yang nantinya ingin berinvestasi di perusahaan *food and beverage* sangat lebih baik memperhatikan dan mempertimbangkan likuiditas suatu perusahaan, karena likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dalam eksistensi dan prospek suatu perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). (3) Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, contohnya seperti ukuran perusahaan, kepemilikan asing, struktur modal, struktur aktiva dan bisa juga dari faktor eksternal seperti inflasi serta perubahan mata uang,

DAFTAR PUSTAKA

- Antu, M. 2018. Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan LQ 45 di Bursa Efek Indonesia Selama Tahun 2015-2017. *Skripsi*. Universitas Negeri Gorontalo.
- Astuti, D. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Ghalia. Jakarta.
- Chasanah, A. N. dan D. K. Adhi. 2017. Profitabilitas, Struktur Modal dan Likuiditas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate yang Listed di BEI Tahun 2012-2015. *Jurnal Ekonomi* 12 (2): 131-146.
- Halim, A. dan M. H. Hanafi. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 3. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Harahap, S. S. 2015. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Cetakan XII. PT Raja grafindo Persada. Jakarta.
- Herawati, L.N.A. 2017. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks LQ 45. *Tesis*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Perbanas Surabaya.
- Husnan, S. 2013. *Manajemen Keuangan*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Husnan, S. dan E. Pudjiastuti. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keempat, UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Kesuma, A. 2009. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate yang Go-Public Di BEI. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. 2 (1) 38-45.

- Mandalika, A. 2016. Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia : Studi pada Sektor Otomotif. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16 (1): 1-12.
- Munawir. S. 2002. *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*. Edisi Revisi. BPFE. Yogyakarta.
- Ngurah, A. A. dan P. V. Lestari. 2016. Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen* 5 (7): 10-21.
- Pantow, M. S., S. Murni, dan I. Trang. 2015. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset dan Struktur Modal