

## PENGARUH LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN RETAIL DI BEI

Sherlina Adi Intan Permata Sari

*sherlinaadi@gmail.com*

Triyonowati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to analyze, examine, and find out the effect of liquidity, firm size, and sales growth on the firm value of retail companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2018-2022 period. The data collection technique used purposive sampling. In line with that, there were 11 retail companies that fulfilled the research criteria as the sample. Moreover, the data analysis technique used multiple linear regression. Liquidity was measured by the Current Ratio, firm size was measured by firm size, and sales growth was measured by Sales growth. The result indicated that liquidity had a significant on the firm value of retail companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Similarly, the firm value had a significant effect on the firm value of retail companies listed on the Indonesia Stock Exchange. On the other hand, sales growth had an insignificant effect on the firm value of retail companies listed on the Indonesia Stock Exchange. In brief, a decrease or increase in company value could be influenced by liquidity, firm size, and sales growth.*

*Keywords: Liquidity, Firm Size, Sales Growth, Firm Value*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, menguji, dan mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan pada perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2022. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga dapat diperoleh 11 perusahaan retail yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Pada penelitian ini variabel likuiditas diukur menggunakan *Current Ratio*, variabel ukuran perusahaan diukur menggunakan *Firm Size*, dan variabel pertumbuhan penjualan diukur menggunakan *Sales Growth*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan retail, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan retail dan pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan retail. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penurunan atau kenaikan nilai perusahaan retail dapat dipengaruhi oleh likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan.

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

### PENDAHULUAN

Persaingan perekonomian global secara tidak langsung dapat berdampak pada perekonomian Indonesia dan persaingan bisnis di Indonesia, hal tersebut dapat terlihat pada jumlah perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang bersaing secara ketat agar menjadi sebuah perusahaan yang paling baik, salah satunya adalah perusahaan retail. Perusahaan Retail memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang cukup tinggi. Perkembangan perusahaan retail dapat dipengaruhi oleh daya beli dan daya konsumsi masyarakat dengan jumlah penduduk yang bertambah maka kebutuhan masyarakat akan terus meningkat. Menurut data pada Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan adanya sebuah peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada triwulan I tahun 2023 tercatat sebesar 5,03% (yoy), dan sedikit meningkat dibandingkan dengan pertumbuhan pada triwulan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 5,01% (yoy). Pertumbuhan ini menjadi pertumbuhan yang dapat dikatakan meningkat dibandingkan pada periode tahun sebelumnya. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan pada perusahaan retail.

Dengan adanya hal tersebut, perusahaan retail ketika menjalankan operasional perusahaan harus memperhatikan kualitas, kuantitas dan harga yang terjangkau serta diharapkan mendapatkan keuntungan yang besar, akan tetapi sesuai realita yang ada perusahaan retail mengalami kenaikan dan penurunan nilai perusahaan pada tahun 2018-2022. Berikut data nilai perusahaan retail yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022:

Tabel 1

**Price to Book Value sebagai Nilai Perusahaan Retail yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022**

No.	PERUSAHAAN	TAHUN					Rata-Rata
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	ACES	2,70	2,28	2,35	1,64	0,60	1,91
2	BOGA	6,28	11,88	12,01	11,33	10,23	10,35
3	CSAP	4,45	3,06	0,80	0,98	1,49	2,16
4	ERAA	8,06	5,83	6,17	1,49	0,84	4,48
5	MAPA	4,49	4,70	2,32	2,24	2,45	3,24
6	MPMX	0,46	0,41	0,35	0,82	0,81	0,57
7	IMAS	0,84	0,48	0,48	0,27	0,24	0,46
8	LPPF	8,84	6,50	6,15	11,99	23,11	11,32
9	MAPI	2,19	2,39	2,02	1,66	2,41	2,13
10	RALS	2,63	1,81	1,44	1,30	1,11	1,66
11	ZONE	2,09	1,41	1,30	1,26	3,06	1,82
	Rata-rata	3,91	3,70	3,22	3,18	4,21	

Sumber : idx.co.id (diolah) 25 Oktober 2023

Berdasarkan Tabel 1 diatas, dapat digambarkan adanya nilai perusahaan retail yang seringkali mengalami kenaikan dan juga penurunan. Hal tersebut dikarenakan kenaikan dan penurunan nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri. Apabila kinerja keuangan perusahaan dikatakan baik, maka nilai perusahaan yang dimiliki juga akan meningkat, sedangkan faktor eksternal yang berasal dari luar perusahaan dapat memberikan berbagai tantangan dan berimbas pada nilai perusahaan yang dimiliki jika terpengaruh oleh faktor eksternal tersebut.

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang menunjukkan harga saham yang terjadi oleh permintaan dan penawaran dari pasar modal yang menjadi penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2017:23). Nilai perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan. Faktor pertama Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Kasmir, 2019:129). Pada penelitian sebelumnya dengan berbagai pendapat diantaranya, menurut Andreas Siagian (2021) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan menurut Buwono Aji (2022) dikatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Faktor kedua Menurut Brigham dan Houston (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah perusahaan yang menggunakan rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Pada penelitian sebelumnya ada beberapa pendapat diantaranya, menurut Maryam Mangantar (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Valentina Sinta (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan faktor ketiga menurut Kasmir (2019) Pertumbuhan penjualan adalah suatu ukuran volume penjualan selama periode tahun ke tahun berikutnya. Dengan adanya hal tersebut, penelitian sebelumnya menjabarkan beberapa hasil penelitian diantaranya, menurut Alifatul Laili (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan

berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Vindy Sulisty (2020) mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1) Apakah Likuiditas memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail? (2) Apakah Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail? (3) Apakah Pertumbuhan Penjualan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail? Dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji bahwa (1) Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail. (2) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail. (3) Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail.

## TINJAUAN TEORITIS

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang (Sudana, 2011:8). Nilai perusahaan menjadi salah satu tolak ukur untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan. Tujuan sebuah perusahaan adalah tujuan jangka pendek dan jangka panjang, dalam mencapai hal tersebut nilai perusahaan menjadi tolak ukur sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut. Nilai perusahaan dalam penelitian ini dapat diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV), yang dapat diartikan sebagai hasil dari harga saham dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham.

### Likuiditas

Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Kasmir, 2019:129). Rasio Likuiditas biasa disebut dengan rasio modal kerja. Dalam penelitian ini likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio* yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan kewajiban tersebut harus segera dipenuhi setelah dibebankan pada perusahaan, baik kewajiban kepada pihak eksternal maupun pihak internal perusahaan. Hutang dalam hal ini merupakan suatu kewajiban perusahaan yang akan berubah dalam waktu satu tahun atau satu siklus bisnis.

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran besar atau kecilnya perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, ukuran suatu perusahaan memiliki tiga ukuran, yaitu perusahaan skala besar (*Large Firm*), perusahaan skala menengah (*Medium Firm*), dan perusahaan skala kecil (*Small Firm*). Menurut Brigham dan Houston (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah perusahaan yang menggunakan rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan dari total aset yang ada pada perusahaan, karena total aset dan variabel keuangan lainnya perbandingannya lebih besar total aset.

### Pertumbuhan Penjualan

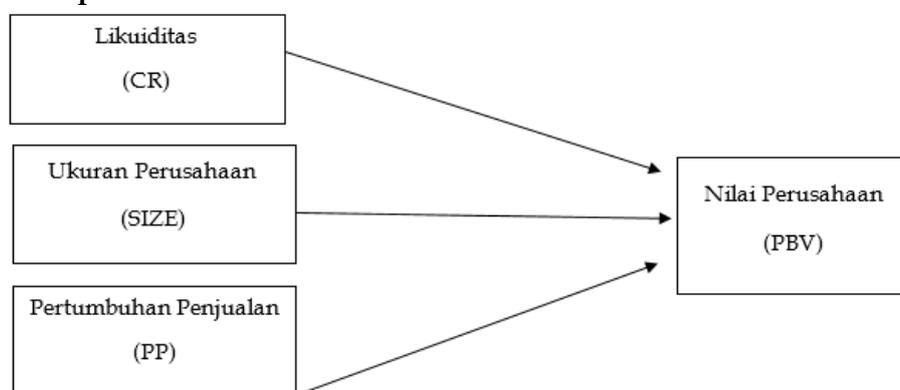
Menurut Kasmir (2019) Pertumbuhan penjualan adalah suatu ukuran volume penjualan selama periode tahun ke tahun berikutnya. Keberhasilan perusahaan pada periode sebelumnya dapat mencerminkan pertumbuhan penjualan dan dapat digunakan sebagai perkiraan di masa mendatang. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan pada perusahaan, maka semakin tinggi suatu perusahaan mengandalkan modal yang ada pada eksternal. Penjualan pada bisnis yang terus mengalami perkembangan dan akan membawa

hal yang positif bagi pelaku bisnis tersebut, serta dapat membawa keuntungan bagi para investor yang menanamkan modal pada perusahaan tersebut.

### Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasari oleh beberapa tinjauan penelitian sebelumnya yang relevan. Pertama, menurut Andreas Siagian (2021) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan menurut Buwono Aji (2022) dikatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kedua, menurut Maryam Mangantar (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Valentina Sinta (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketiga, menurut Alifatul Laili (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Vindy Sulisty (2020) mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Rerangka Konseptual



Gambar 1  
Rerangka Konseptual

### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan untuk mengukur sebuah perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek pada saat jatuh tempo yang harus segera dipenuhi. Menurut Hanafi dan Halim (2012) Rasio lancar mengukur kemampuan perusahaan memenuhi hutang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar (aktiva yang akan berubah menjadi kas dalam waktu satu tahun atau satu periode). Hasil dari penelitian menurut Maria dan Baretha (2020) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dari pernyataan tersebut dapat disusun hipotesis mengenai likuiditas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

$H_1$  : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

#### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya diperhitungkan dari total aktiva yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan dapat menggambarkan bahwa ukuran perusahaan mengalami perkembangan dan mengakibatkan nilai perusahaan mengalami peningkatan dilihat dari ukuran perusahaan yang dimiliki, karena ukuran perusahaan adalah salah satu tolak ukur dari meningkatnya nilai perusahaan. Hasil dari penelitian terdahulu menurut Vindy dan Rita (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disusun hipotesis mengenai ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

$H_2$ : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

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

Pertumbuhan Penjualan menjadi sebuah alat ukur untuk menentukan keberhasilan sebuah perusahaan dalam mengelola dan memperluas peningkatan penjualan. Ketika perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan yang konsisten, maka keberhasilan investasi dari tahun ke tahun berikutnya akan menjadi penentu masa depan perusahaan tersebut. Hasil penelitian terdahulu menurut Buono Aji (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan (*Growth*) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dari pernyataan tersebut dapat disusun hipotesis mengenai pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

$H_3$ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian**

Penelitian ini pada dasarnya menggunakan pendekatan kuantitatif yang berarti pendekatan menggunakan data berupa angka pada analisis statistik dan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Pada penelitian ini akan dijelaskan tentang keterkaitan variabel independen yang menggunakan likuiditas (*Current Ratio*), ukuran perusahaan (*Size*), dan pertumbuhan penjualan (PP) dengan variabel dependen yang menggunakan nilai perusahaan (*Price to Book Value*). Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah jenis perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 dan dengan objek perusahaan retail sebanyak 28 Perusahaan Retail.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Metode atau teknik yang digunakan dalam sampel penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* yang membatasi pemilihan sampel berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu serta telah disesuaikan dengan kebutuhan tujuan dan masalah dalam penelitian yang akan dikembangkan, maka didapat 11 Perusahaan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2022 yang memenuhi kriteria dan dijadikan sampel dari jumlah data yang digunakan yaitu sebanyak 28 Perusahaan Retail.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang digunakan berupa laporan keuangan perusahaan yang tergabung dalam kelompok perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data pada penelitian ini tentang ringkasan laporan keuangan perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data tersebut diperoleh melalui website Bursa efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan Galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya serta kantor perwakilan Bursa Efek Indonesia Surabaya.

## **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan nilai aktivitas yang segala sesuatu berbentuk apa saja dengan fluktuasi konstan yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan sehingga dapat diperoleh informasi yang sesuai. Penelitian ini menggunakan variabel

independen terdiri dari Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan, sedangkan variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

### Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pernyataan yang digunakan sebagai pengungkap tentang definisi, batasan, dan konsep variabel penelitian secara operasional dan berdasarkan teori serta lingkup objek penelitian yang ada. Berikut penjabaran masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini :

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat menggambarkan penilaian investor terhadap harga saham pada Perusahaan Retail di BEI. Pada penelitian ini, perusahaan retail memperhitungkan kinerja keuangan dengan meninjau antara harga per lembar saham terhadap nilai buku per lembar saham. Sehingga nilai perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

### Likuiditas

Likuiditas adalah suatu kemampuan yang digunakan perusahaan retail untuk memenuhi dan membiayai kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo. Likuiditas menggambarkan perbandingan antara aktiva lancar dan kewajiban lancar yang dimiliki perusahaan. Penelitian ini menggunakan rasio likuiditas dan diprosikan dengan menggunakan *current ratio*, sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar (Current Assets)}}{\text{Utang Lancar (Current Liabilities)}}$$

### Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan menjabarkan besar kecilnya suatu perusahaan retail yang terdaftar di BEI dapat dilihat dari besarnya aset yang dimiliki. Peneliti menggunakan ukuran perusahaan, karena ingin meninjau seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan retail dan dapat menentukan pengaruh ukuran perusahaan terhadap variabel dependen. Ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut ini :

$$\text{Ukuran Perusahaan (Size)} = \ln (\text{Total Asset})$$

### Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan suatu keberhasilan sebuah investasi perusahaan retail yang terdaftar di BEI dari tahun ke tahun yang kemudian dapat dijadikan untuk prediksi terhadap pertumbuhan penjualan dari masa ke masa selanjutnya. Pertumbuhan penjualan pada perusahaan retail digunakan sebagai acuan untuk memprediksi keberhasilan investasi pada setiap periode. Pada penelitian ini, pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Total Penjualan} - \text{total penjualan (t-1)}}{\text{Total Penjualan (t-1)}}$$

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan teknik yang memiliki sebuah fungsi yang digunakan untuk merumuskan masalah yang ada pada penelitian ini dan digunakan untuk menjawab sebuah uji hipotesis.

## Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berfungsi untuk mengetahui pengujian pengaruh antara variabel terikat (*dependent variable*) mempengaruhi variabel bebas (*independent variable*). Analisis regresi linear berganda dapat digunakan sesuai kebutuhan peneliti dalam menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, variabel independen yang digunakan terdiri dari Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan. Sedangkan variabel dependen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Adapun model analisis regresi linear berganda yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$PBV = \alpha + b_1CR + b_2SIZE + b_3PP + e_i$$

Keterangan:

PBV	: Nilai Perusahaan Retail di BEI Periode 2018 - 2022
$\alpha$	: Konstanta
$b_1, b_2, b_3$	: Koefisien Regresi
CR	: Likuiditas Perusahaan Retail di BEI Periode 2018 - 2022
SIZE	: Ukuran Perusahaan Retail di BEI Periode 2018 -2022
PP	: Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Retail di BEI Periode 2018 - 2022
$e_i$	: Standar Error

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Normalitas dalam sebuah uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dalam suatu model regresi seperti variabel dependen dan variabel independen, apakah keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Ghazali (2014), ada beberapa cara dalam mendeteksi apakah *residual* berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan Uji Statistik Non Parametrik Kolmogorov - Smirnov (K-S) yang bertujuan untuk memeriksa normalitas *residual* dapat menggunakan pedoman sebagai berikut: (1) Data *residual* bisa dikatakan berdistribusi normal, jika didapatkan angka signifikan  $> 0,05$ . (2) Data *residual* bisa dikatakan berdistribusi tidak normal, jika didapatkan angka signifikan  $< 0,05$ .

Sedangkan Analisis Grafik bertujuan untuk mendapatkan atau mengetahui hasil dari data *residual* apakah berdistribusi normal atau tidak dengan cara melihat pada grafik histogram dengan pedoman sebagai berikut: (1) Apabila pola berdistribusi dikatakan normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas, maka data akan menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. (2) Apabila pola berdistribusi dikatakan tidak normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas, maka data akan menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal tersebut.

### Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini ditemukan adanya korelasi hubungan antar variabel likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan. Untuk menguji multikolinearitas dapat menggunakan cara pengujian nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Asumsi yang dapat digunakan sebagai berikut: (1) Dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, apabila  $VIF < 10$  dan nilai *Tolerance*  $> 0,1$ , (2) Dapat dikatakan terjadi multikolinearitas, apabila  $VIF > 10$  dan nilai *Tolerance*  $< 0,1$ .

### Uji Autokorelasi

Autokorelasi memiliki fungsi untuk menguji model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan antara pengganggu pada periode sebelumnya  $t-1$  (Prayitno, 2012:151). Ada beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidak adanya autokorelasi dalam sebuah penelitian yaitu salah satunya dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW) sebagai berikut: (1) Angka Durbin-Watson (DW) di bawah  $-2$ , berarti

ada autokorelasi positif, (2) Angka Durbin-Watson (DW) di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi, (3) Angka Durbin-Watson (DW) diatas +2, berarti ada autokorelasi negative.

### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas mempunyai fungsi sebagai penguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:139). Berikut asumsi yang dapat menunjukkan atau menentukan uji heteroskedastisitas: (1) Adanya pola tertentu, seperti titik yang membentuk sebuah pola tertentu yang beraturan mengembang, bergelombang, dan mengkerut, maka hal tersebut bisa dikatakan bahwa terjadi adanya heteroskedastisitas, (2) Adanya pola yang tidak teratur atau tidak jelas dan titik yang menyebar di atas serta dibawah nilai 0 pada sumbu nilai perusahaan atau pada sumbu *Regression Studentized Residual*, maka hal tersebut bisa dikatakan bahwa tidak terindikasi sebagai heteroskedastisitas.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji *Goodness of Fit Model* (Uji F)

Uji F memiliki fungsi untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen berupa likuiditas (CR), ukuran perusahaan (SIZE), dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen berupa nilai perusahaan (PBV). Terdapat beberapa asumsi atau ketentuan yang ada pada uji F antara lain sebagai berikut: (1) Apabila angka menunjukkan signifikansi  $> 0,05$ , maka model regresi linear berganda dapat dinyatakan tidak layak untuk digunakan, (2) Apabila angka menunjukkan signifikansi  $< 0,05$ , maka model regresi linear berganda dapat dinyatakan layak untuk digunakan.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mempunyai fungsi untuk menunjukkan besar model regresi yang mampu menjelaskan variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Imam Ghozali, 2005). Adapun beberapa asumsi untuk menguji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut: (1) Apabila pada saat koefisien determinasi  $R^2$  mempunyai nilai rendah atau mendekati angka 0, maka kemampuan dari variabel Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan dapat dijelaskan bahwa variabel Nilai Perusahaan sangat terbatas, (2) Apabila pada saat koefisien determinasi  $R^2$  mempunyai nilai tinggi atau mendekati angka 1, maka kemampuan dari variabel Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan dapat memberikan penjelasan terkait informasi dalam kebutuhan variabel Nilai Perusahaan.

### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t pada dasarnya memiliki sebuah fungsi yaitu digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara *individual* dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Adapun beberapa asumsi atau syarat yang dapat dijelaskan dari uji t sebagai berikut: (1) Jika pada saat nilai signifikansi  $t > 5\%$  maka hipotesis dapat dinyatakan ditolak, (2) Jika pada saat nilai  $t \leq 5\%$  maka hipotesis dapat dinyatakan diterima.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil dari pengujian ini menggunakan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 27 sebagai berikut ini :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients
1	(Constant)	30.552	7.151	
	LN_CR	-.421	.200	-.256
	LN_SIZE	-8.459	2.084	-.494
	LN_PP	.108	.309	.042

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan (PBV)

Sumber : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Berdasarkan data yang telah diolah pada tabel 2 dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$PBV = 30.552 - 0.421CR - 8.459SIZE + 0.108PP + e_i$$

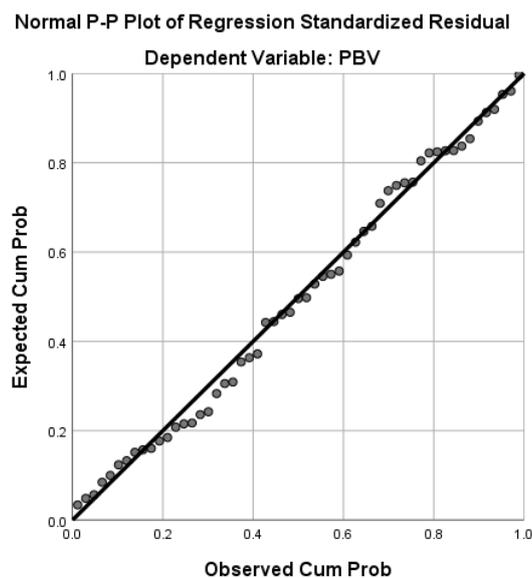
Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linear berganda diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut ini: (1) Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) pada persamaan regresi linear berganda diatas yaitu sebesar 30.552 berarti bahwa apabila variabel likuiditas (CR), ukuran perusahaan (SIZE), dan pertumbuhan penjualan (PP), maka nilai perusahaan retail akan mengalami kenaikan yaitu sebesar 30.552. (2) Nilai Koefisien Regresi Likuiditas (CR) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0.421 dapat diartikan bahwa nilai koefisien ini bersifat negative maka menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara likuiditas dengan nilai perusahaan pada sektor retail. (3) Nilai Koefisien Regresi Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -8.459 yang dapat diartikan bahwa nilai koefisien ini bersifat negative maka menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan pada sektor retail. (4) Nilai Koefisien Regresi Pertumbuhan Penjualan (PP) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.108 yang dapat diartikan bahwa nilai koefisien ini bersifat positif maka menunjukkan adanya hubungan yang searah antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan pada sektor retail.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data memiliki distribusi data secara normal atau tidak normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak normal yakni dengan Uji Grafik Normal *Probability Plot* dan Uji Statistik Non Parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S).

Pada penelitian ini data ditransformasikan kedalam bentuk Logaritma Natural ( $Ln$ ) dikarenakan data sebelumnya tidak berdistribusi secara normal. Menurut Prayitno (2013:89) menyatakan bahwa perlakuan terhadap data yang tidak normal dapat dilakukan dengan menggunakan cara Logaritma Natural (LN) di dalam perhitungan SPSS, hal tersebut dilakukan dengan bertujuan memperkecil skala ukuran data dan untuk menormalkan distribusi data serta meminimalkan atau meniadakan adanya pelanggaran atas asumsi normalitas dan linearitas. Maka dari itu pengujian data pada penelitian ini secara keseluruhan menggunakan data setelah dilakukan transformasi kedalam bentuk Logaritma Natural ( $Ln$ ). Berikut ini adalah hasil Uji Grafik Normal *Probability Plot* yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal:



Gambar 2  
 Hasil Uji Normalitas Data Menggunakan Analisis Grafik  
 Sumber : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil dari grafik pada gambar 2 dapat disimpulkan bahwa titik atau data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, sehingga data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal dan tidak terdapat gangguan terhadap uji normalitas dengan pertemuan sumbu Y (*Expected Cum Prob*) dengan sumbu X (*Observed Cum Prob*). Hasil dari uji normalitas diperkuat menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov sebagai berikut:

Tabel 3  
 Hasil Uji Normalitas setelah Transformasi dalam bentuk Logaritma Natural (LN)

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.61337978
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.052
Test Statistic		.073
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 : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Hasil Uji Statistik *Kolmogorov – Smirnov Test* menjelaskan jika nilai Signifikan sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05 ( $0.200 > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi antara variabel Nilai Perusahaan dan variabel Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan berdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antara variable bebas (*independen*) dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics		Kesimpulan	
	Tolerance	VIF		
1	(Constant)			
	LN_CR	.970	1.031	Tidak terjadi Multikolinearitas
	LN_SIZE	.970	1.031	Tidak terjadi Multikolinearitas
	LN_PP	.999	1.001	Tidak terjadi Multikolinearitas

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan (PBV)

Sumber : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 11 diatas menunjukkan bahwa variabel bebas (*independen*) yang terdiri dari likuiditas (CR), ukuran perusahaan (SIZE), dan pertumbuhan penjualan (PP) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *Tolerance* > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas (*independen*) dalam model regresi.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan melihat nilai dari *Durbin-Watson* (*DW Test*). Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.518 <sup>a</sup>	.269	.226	.63116	.653

a. Predictors: (Constant), LN\_SIZE, LN\_PP, LN\_CR

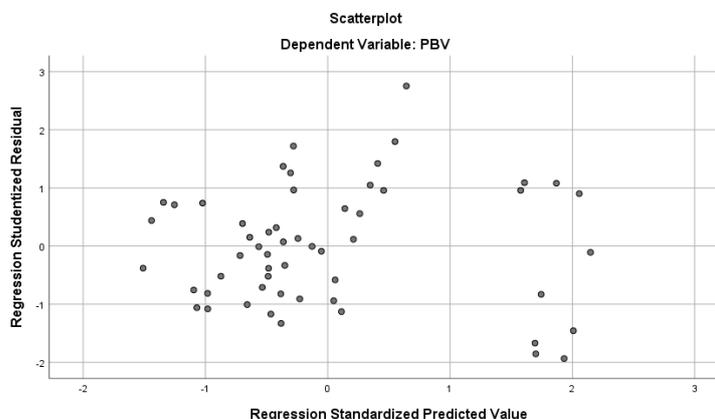
b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa hasil uji autokorelasi dari nilai *Durbin-Watson* (*DW Test*) memiliki nilai sebesar 0.653 dan sesuai dengan nilai yang telah ditentukan bahwa nilai *Durbin-Watson* (*DW Test*) berada diantara -2 dan 2, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi autokorelasi data.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam model regresi linear berganda. Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel dibawah ini:



**Gambar 3**  
**Hasil Uji Heteroskedastistas**

Sumber : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data dari gambar 3 diatas, dapat disimpulkan bahwa titik-titik atau pola penyebaran berada diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk sebuah pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model regresi linear berganda ini tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji *Goodness of Fit Model* (Uji F)

Uji F dapat dilakukan dengan tujuan unuk mengetahui tingkat signifikansi. Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji *Goodness of Fit* (Uji F)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.460	3	2.487	6.242	.001 <sup>b</sup>
	Residual	20.317	51	.398		
	Total	27.777	54			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), LN\_SIZE, LN\_PP, LN\_CR

Sumber : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil data perhitungan tabel 6 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  maka dapat dikatakan hal tersebut menunjukkan bahwa hasil yang di peroleh variabel bebas (*independen*) meliputi likuiditas (CR), ukuran perusahaan (SIZE), dan pertumbuhan penjualan (PP) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (PBV).

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

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen, hal tersebut dapat dilihat dari nilai *R Square* dan nilai koefisien deteminasi adalah antara nol dan satu. Berikut hasil dari Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.518 <sup>a</sup>	.269	.226	.63116	.653

a. Predictors: (Constant), LN\_SIZE, LN\_PP, LN\_CR

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil perhitungan data pada tabel 7 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.269 atau 26.9% yang berarti variabel nilai perusahaan (PBV) dapat dijelaskan oleh variabel likuiditas (CR), ukuran perusahaan (SIZE), dan pertumbuhan penjualan (PP) sebesar 26.9% sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi linear berganda ini.

### Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan bertujuan untuk mengetahui setiap variabel bebas seperti likuiditas (CR), ukuran perusahaan (SIZE), dan pertumbuhan penjualan (PP) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan (PBV) dengan nilai tingkat signifikan 0,05. Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

	Model	t	Sig.	Kesimpulan
1	(Constant)	4.272	.000	
	LN_CR	-2.106	.040	Signifikan
	LN_SIZE	-4.059	.000	Singnifikan
	LN_PP	.350	.728	Tidak Signifikan

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan (PBV)

**Sumber** : Data Sekunder Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil pengujian data pada tabel 8 diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut ini: (1) Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh hasil nilai t sebesar -2.106 dengan nilai signifikan sebesar 0.040. Nilai  $0.040 < 0.05$  maka dapat disimpulkan likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh hasil nilai t sebesar -4.059 dengan nilai signifikan sebesar 0.000. Nilai  $0.000 < 0.05$  maka dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, (3) Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh hasil nilai t sebesar 0.350 dengan nilai signifikan sebesar 0.728. Nilai  $0.728 > 0.05$  maka dapat disimpulkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

## Pembahasan

### Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Bedasarkan hasil pengujian dari variabel likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR) menunjukkan hasil bahwa likuiditas (CR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan retail di BEI periode 2018-2022. Pengaruh negatif yang terjadi menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Current Ratio* (CR) maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Hal tersebut dikarenakan jika keputusan perusahaan untuk membayar kewajiban utang yang tinggi atau tingkat likuiditas yang terlalu tinggi maka akan mempengaruhi tingkat pengembalian kepada pemegang saham. Hal itu disebabkan oleh likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat menghambat kemampuan perusahaan retail dalam menghasilkan laba karena banyaknya kas yang mengganggu dan hal tersebut dapat menurunkan produktifitas perusahaan retail dalam menghasilkan laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Permana dan Rahyuda (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta penelitian dari Saputri dan Giovanni (2021) juga menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Manurung dan Herijawati (2016) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian dari variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan (SIZE) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan retail di BEI periode 2018-2022. Pengaruh negatif yang terjadi menunjukkan bahwa perusahaan dengan jumlah aset yang besar tidak mampu untuk memanfaatkan asetnya secara efektif, sehingga dapat menimbulkan penimbunan aset yang disebabkan oleh perputaran dari aset perusahaan retail akan semakin lama. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang terlalu besar dianggap akan menyebabkan kurangnya efisiensi pengawasan kegiatan operasional perusahaan, sehingga dapat mengurangi laba perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan. Penurunan nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja perusahaan yang kurang

efektif. Dengan adanya penurunan nilai perusahaan maka akan mempengaruhi juga investor untuk menanamkan modal pada perusahaan retail.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rai dan Merta (2016) serta Ukhriyawati dan Dewi (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

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

Berdasarkan hasil pengujian dari variabel pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan penjualan (PP) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan retail di BEI periode 2018-2022. Pengaruh positif yang terjadi pada pertumbuhan penjualan (PP) dapat diartikan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan secara searah dan jika semakin meningkat pertumbuhan penjualan, maka akan mempengaruhi nilai perusahaan serta dapat menarik minat para investor. Dikatakan pertumbuhan penjualan tidak signifikan dikarenakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga berapapun nilai pertumbuhan penjualan hanya memiliki pengaruh kecil terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa perusahaan retail memiliki tingkat penjualan yang tidak stabil dan pertumbuhan penjualan yang besar tidak selalu diikuti peningkatan nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan apabila semakin besar pertumbuhan penjualan, maka semakin banyak beban penjualan yang dapat mengakibatkan laba bersih menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyani dan Rahayu (2022) serta Isnawati (2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fista dan Widyawati (2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat menghambat kemampuan perusahaan retail dalam menghasilkan laba karena banyaknya kas yang mengganggu dan hal tersebut dapat menurunkan produktifitas perusahaan retail dalam menghasilkan laba. (2) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa perusahaan dengan jumlah asset yang besar akan mempermudah dalam masalah pendanaan di pasar modal, namun semakin besar jumlah asset akan menurunkan nilai perusahaan dikarenakan perputaran asset yang lama. (3) Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan tidak selalu dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena semakin besar pertumbuhan penjualan, maka semakin banyak beban penjualan yang dapat mengakibatkan laba bersih menurun.

### **Keterbatasan**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah (1) Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan. (2) Penelitian ini menggunakan periode pengamatan selama 5 tahun yaitu sejak tahun 2018 - 2022 sehingga kurang mencerminkan kondisi perusahaan dalam jangka waktu yang lebih panjang. (3) Sampel dalam penelitian ini adalah 11 perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 dengan karakteristik yang telah

ditentukan. (4) Data yang digunakan dalam penelitian ini telah ditransformasikan kedalam bentuk Logaritma Natural (LN) agar hasilnya berdistribusi secara normal (Prayitno, 2013:89).

### Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut: (1) Bagi Perusahaan Retail diharapkan lebih memperhatikan likuiditas (*Current Ratio*) agar dalam kondisi yang stabil. Perusahaan dapat memanfaatkan dana yang menganggur untuk investasi agar menghasilkan tingkat pengembalian yang dapat memberikan keuntungan tinggi bagi perusahaan dimasa mendatang. (2) Bagi Perusahaan Retail diharapkan dapat mempertahankan minat investor untuk bertahan dengan meningkatkan ukuran perusahaan (3) Bagi perusahaan retail diharapkan mampu melihat progres pertumbuhan penjualan melalui laporan keuangan perusahaan agar dapat melihat besar keuntungan pada Perusahaan Retail. (4) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel berdasarkan faktor internal maupun faktor eksternal yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan yang tidak dilakukan dalam penelitian ini. Sehingga bagi investor diharapkan mendapatkan informasi yang lebih lengkap dengan adanya penelitian yang menggunakan beberapa variabel atau indikator lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, F.E. dan J. Houston. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Alih Bahasa Ali Akbar Yulianto. Buku I. Edisi sepuluh. PT Salemba Empat. Jakarta.
- Esomar, M. J., dan B. M. Titioka. 2020. Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Retail yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Masohi*, 1(2), 100-109.
- Fista, B. F., dan D. Widyawati. 2017. Pengaruh Kebijakan deviden, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 6(5).
- Ghozali, I. 2005. Analisis Multivariate dengan program SPSS. Jilid I. BPEE Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 19. Edisi kelima. Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hanafi, M.M. 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi 1. Cetakan 5. BPFE. Yogyakarta.
- Harmono. 2017. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Isnawati, F. N., dan Widjajanti, K. 2019. Pengaruh Kepemilikan Institusional, Profitabilitas, ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 71-84.
- Kalengkongan, T. S., Mangantar, M., dan Van Rate, P. 2021. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Retail Trade Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kompas.com tentang trend sejarah gerai retail modern yang banyak ditutup, Diakses pada tanggal 25 oktober 2023 dari <https://pintas.link/IbVPILC>
- Prayitno, D. 2012. Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20. ANDI. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2013. Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.

- Rahayu, V. S., dan R. I. Mustikowati. serta A. Suroso. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 8(1).
- Rai Prastuti, N. K., dan I. G. Merta Sudiarta. 2016. Pengaruh struktur modal, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur (*Doctoral dissertation*, Udayana University).
- Santoso, B. A., dan I. Junaeni. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1597-1609.
- Siagian, A., dan D. B. Surbakti. 2021. Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Laverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Wholesale yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(1), 238-247.
- Novari, P. M., dan P. V. Lestari. 2016. Pengaruh ukuran perusahaan , leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate (*Doctoral dissertation*, Udayana University).