

PENGARUH *LEVERAGE*, LIKUIDITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI

Nikmatul Qoiriyah
Nikmatul.nk@gmail.com
Yahya

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Firm Value is an investor's perception on companies' performance which relates to stock price. Moreover, higher firm value can improve market trust on companies' performance lately and companies' prospects in the future. This research aimed to analyze the effect of leverage, liquidity, and sales growth on firm value of Food and Beverages companies which were listed on Indonesia Stock Exchange during 2016-2019. Furthermore, the population was 18 Food and Beverages companies. Additionally, the data collection technique used purposive sampling. In line with, there were 11 companies as the sample. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS. The research result, using hypothesis test (t-test), concluded as follows Leverage (DER) had a positive and significant effect on firm value (PBV), Liquidity (CR) had a positive but insignificant effect on firm value (PBV) and Sales Growth had a positive but insignificant effect on firm value (PBV).

Keywords: leverage, liquidity, sales growth, firm value

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan untuk saat ini dan prospek perusahaan di waktu yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *leverage*, likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 18 perusahaan *food and beverage*, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sehingga dapat ditentukan sampel sebanyak 11 perusahaan. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS. Hasil analisis data yang dilakukan dengan uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa *Leverage* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), Likuiditas (CR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

Kata Kunci: *leverage*, likuiditas, pertumbuhan penjualan, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan dunia usaha pada zaman sekarang, terdapat banyak perusahaan baru yang didirikan sehingga menyebabkan persaingan semakin ketat. Persaingan ketat ini memicu perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Tujuan utama suatu perusahaan yaitu memberikan kemakmuran bagi pemegang saham dan mempertahankan kelangsungan hidup bagi perusahaan. Perusahaan dituntut untuk memiliki strategi bisnis yang tepat untuk meminimalisir persaingan bisnis yang semakin ketat, salah satunya yaitu perusahaan *food and beverage*. Perusahaan *food and beverage* merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Hal ini terlihat karena perusahaan *food and beverages* memiliki prospek menguntungkan bagi kelangsungan hidup dimasa sekarang maupun masa mendatang. Kecenderungan masyarakat dalam mengkonsumsi makanan siap saji menyebabkan banyak sekali perusahaan baru yang muncul dalam bidang makanan dan minuman. Selain itu perusahaan

food and beverages banyak diminati oleh investor karena mereka yakin bahwa perusahaan ini tidak akan mati dan terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Oleh karena itu perusahaan *food and beverage* harus mengoptimalkan nilai perusahaan.

Mengoptimalkan nilai perusahaan sangat penting karena dengan mengoptimalkan nilai perusahaan artinya juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan (Mulyo, 2018). Tujuan utama perusahaan yaitu dapat memakmurkan pemilik perusahaan termasuk pemegang saham, serta memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Sartono (2012:8) kemakmuran para pemilik saham akan meningkat jika harga saham yang dimiliki juga meningkat. Semakin tinggi harga saham dan deviden yang dibagikan, maka semakin tinggi tingkat kemakmuran pemegang saham. Tinggi rendahnya harga saham suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kinerja keuangan perusahaan. Dalam upaya pencapaian kinerja perusahaan maka setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dalam pengukuran nilai perusahaan terdapat berbagai macam aspek, salah satunya yaitu menggunakan *price to book value* (PBV). Alat ukur ini digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dengan cara membandingkan harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Berikut ini adalah nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2019 yang diukur dengan PBV:

Tabel 1
Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* di BEI Periode 2016-2019

| No | Kode Perusahaan | Tahun | | | |
|----|-----------------|-------|-------|-------|-------|
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1. | CEKA | 0,90 | 0,85 | 0,84 | 0,88 |
| 2. | DLTA | 3,95 | 3,21 | 3,43 | 4,49 |
| 3. | ICBP | 5,41 | 5,11 | 5,49 | 4,88 |
| 4. | INDF | 15,85 | 14,23 | 13,12 | 12,84 |
| 5. | MLBI | 30,21 | 27,08 | 28,88 | 28,55 |
| 6. | MYOR | 7,32 | 7,99 | 5,29 | 3,72 |
| 7. | ROTI | 5,61 | 2,29 | 2,08 | 2,13 |
| 8. | ULTJ | 3,78 | 0,89 | 0,82 | 0,86 |

Sumber: Data sekunder diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan fenomena bahwa nilai perusahaan pada sub sektor *food and beverage* masing-masing mengalami fluktuasi. Namun ada satu perusahaan yang mengalami penurunan berturut-turut selama empat periode yaitu pada perusahaan PT Siantar Top Tbk. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan di sub sektor *food and beverage* tidak seluruhnya mengalami peningkatan sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan variabel yang terkait dengan nilai perusahaan meliputi manajemen utang (*leverage*), likuiditas dan pertumbuhan penjualan (*sales growth*).

Leverage merupakan salah satu rasio yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel ini dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban finansialnya yang terdiri dari utang jangka pendek maupun utang jangka panjang. Dalam Penelitian ini *leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) karena rasio tersebut menunjukkan seberapa jauh modal pemilik dapat menutupi hutang-hutangnya terhadap pihak luar (Harahap, 2013:303). Semakin besar DER menunjukkan bahwa semakin besar struktur modal yang berasal dari utang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada, semakin kecil rasio DER maka semakin baik kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi yang buruk. Rasio DER yang kecil menunjukkan bahwa perusahaan masih mampu memenuhi kewajibannya kepada kreditur. Hasil penelitian Rudungga dan Sudiarta (2016), Suwardika dan Mustanda (2017), menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain Rakasiwi *et al* (2017), Sukarya dan Baskara (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas, variabel ini dapat digunakan investor untuk melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. Dalam penelitian ini likuiditas diukur dengan *Current Ratio* (CR) karena peneliti ingin melihat seberapa banyak perusahaan melunasi hutang dengan menggunakan aset lancarnya. Semakin besar CR maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menyanggupi tagihan kewajiban lancarnya sehingga diperkirakan akan memiliki laporan keuangan yang aman dan pada akhirnya dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin kecil nilai CR menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kesulitan posisi keuangan dalam memenuhi utang lancarnya. Hasil penelitian Sukarya dan Baskara (2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peneliti lain Simanungkalit dan Silalahi (2018) dan Lubis *et al* (2017) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan alasan bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan diukur dengan *Sales Growth* karena untuk membandingkan antara penjualan dengan laba bersih. Peningkatan penjualan dapat menutupi biaya yang digunakan saat proses produksi dengan begitu laba perusahaan juga dapat meningkat. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang rendah akan mempengaruhi laba, sehingga berdampak pada penurunan pendapatan perusahaan. Hasil penelitian Pantow *et al* (2015) dan Sukaria (2015) menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Peneliti lain Rakasiwi *et al* (2017) menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang diangkat peneliti yaitu: (1) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia? (2) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia? (3) Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia?

Sesuai rumusan masalah tersebut, maka peneliti memiliki tujuan yang ingin dicapai, yaitu : (1) Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI). (2) Untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI). (3) Untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI).

TINJAUAN TEORITIS

Teori Signal

Teori signal pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pemilik informasi memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak investor. Menurut Brigham dan Houston (2011) teori sinyal merupakan suatu isyarat atau sinyal tersebut berupa informasi yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Jika informasi bernilai positif artinya investor akan merespon secara positif dan mampu membedakan antara perusahaan yang berkualitas dengan tidak, sehingga harga saham akan tinggi dan nilai perusahaan semakin meningkat. Namun jika investor memberikan sinyal negatif menandakan bahwa keinginan investor untuk berinvestasi semakin menurun dimana akan mempengaruhi penurunan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena motivasi investor melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik akan dihindari investor.

Leverage

Rasio *leverage* dalam arti luas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang (Hery, 2016:142). Rasio *leverage* yaitu mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang tinggi akan memberikan manfaat pajak yang besar bagi perusahaan karena biaya bunga utang adalah biaya yang dapat mengurangi pembayaran pajak sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini *leverage* diukur menggunakan DER, rasio ini dihitung dengan membandingkan antara keseluruhan hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio utang ini menunjukkan hubungan antara jumlah utang jangka panjang dengan jumlah modal yang dimiliki perusahaan dan bermanfaat untuk mengetahui seberapa besar jumlah dana yang disediakan kreditur dengan pemilik perusahaan. Investor atau kreditur lebih tertarik apabila DER mempunyai nilai rendah, dikarenakan tingkat keamanan dananya semakin baik, begitupun sebaliknya apabila DER mempunyai nilai tinggi maka risiko keuangan akan semakin besar sehingga biasanya investor atau kreditur akan meminta imbalan yang lebih tinggi pula.

Likuiditas

Rasio likuiditas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi suatu kewajiban jangka pendek secara lancar dan tepat waktu sehingga likuiditas sering disebut short term liquidity (Fahmi, 2012:174). Menurut Brigham dan Houston (2011:36), teori sinyal menunjukkan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk bagi investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Apabila rasio likuiditas meningkat maka perusahaan mampu mengatasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik dan hal ini dapat dijadikan sinyal bagi pihak manajemen untuk menarik minat para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi likuiditas maka semakin baik reputasi perusahaan dan akan membuat harga saham meningkat sehingga akan menaikkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini likuiditas diukur menggunakan CR, rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan.

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Handoko (2010:125) pertumbuhan penjualan adalah pertumbuhan dari penjualan dan merupakan indikator penting bagi perusahaan yang diterima atas pendapatan dari penjualan produk atau jasa, dimana pendapatan yang akan diperoleh dari penjualan tersebut dapat digunakan dalam mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi akan mampu memenuhi kewajiban finansialnya seperti membelanjai asetnya dengan hutang. Pertumbuhan yang bertumbuh pesat cenderung mampu membagikan dividen yang lebih tinggi. Pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan melihat perbandingan antara penjualan dengan laba bersih. Dalam penelitian ini pertumbuhan penjualan diukur menggunakan *sales growth*, yang digunakan untuk menghitung pertumbuhan penjualan yaitu dengan membandingkan penjualan tahun ke t dikurangi dengan penjualan tahun sebelumnya (t-1) dibagi dengan penjualan tahun sebelumnya (t-1).

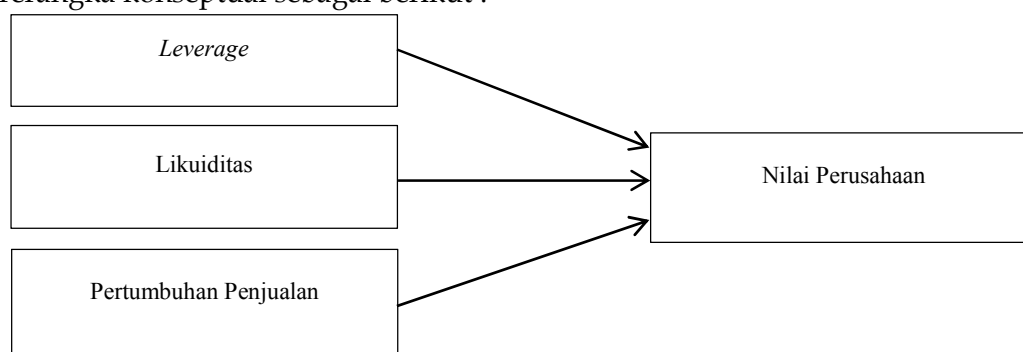
Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat disebut dengan nilai pasar perusahaan yaitu harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan 2014:7). Nilai perusahaan dicerminkan dari harga saham yang stabil dan dalam jangka panjang mengalami kenaikan. Semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan semakin tinggi

juga. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran bagi pemegang saham juga tinggi. Kemakmuran pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimilikinya tinggi (Sartono, 2012:8). Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), rasio harga pasar saham ini memberikan indikasi pandangan investor atas perusahaan. Perusahaan akan dipandang baik oleh investor apabila perusahaan dengan laba dan arus kas yang aman dan terus mengalami pertumbuhan. Semakin tinggi PBV perusahaan maka semakin tinggi pula peluang investor untuk membeli saham perusahaan.

Rerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan rerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Debt to Equity Ratio (DER) menunjukkan hubungan antara jumlah utang jangka panjang dengan jumlah modal yang dimiliki perusahaan, rasio DER digunakan untuk mengetahui seberapa besar jumlah dana yang disediakan kreditur dengan pemilik perusahaan. Menurut Hanafi (2013:41) menyatakan bahwa perusahaan yang menggunakan utang yang tinggi akan meningkatkan profitabilitas, jika perusahaan dengan utang yang tinggi dapat meningkatkan profitabilitas maka hal tersebut akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang mendukung dan menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan antara lain menurut Rudungga dan Sudiarta (2016) dan Suwardika dan Mustanda (2017), sehingga dapat disusun hipotesis mengenai *leverage* terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

H1: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Current ratio merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan cara membandingkan aktiva lancar dan kewajiban lancar. Menurut Brigham dan Houton (2012:134) menyatakan apabila rasio likuiditas meningkat maka perusahaan mampu untuk mengatasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik dan hal ini dapat dijadikan sinyal bagi pihak manajemen untuk menarik minat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Artinya semakin tinggi rasio likuiditas maka semakin baik reputasi perusahaan dan akan membuat harga saham meningkat sehingga akan menaikkan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang mendukung dan menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan antara lain menurut Sukarya dan Baskara (2019), sehingga dapat disusun hipotesis mengenai likuiditas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

H2: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) memiliki peranan penting dalam manajemen modal kerja. Pertumbuhan penjualan tinggi akan mencerminkan pendapatan meningkat sehingga pembayaran deviden cenderung meningkat. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Hasil penelitian terdahulu yang mendukung dan menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan antara lain menurut Pantow et al (2015) dan Sukaria (2015), sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H3: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang artinya penelitian berupa angka dan metode pengujiannya menggunakan analisis statistik. Berdasarkan penjelasan dari setiap variabelnya maka jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausal komparatif (*Causal-Comparative Research*). Menurut Sugiyono (2014:91-93) penelitian kausal komparatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui sebab akibat yang membandingkan dua variabel atau lebih. Pada penelitian ini menganalisis tentang pengaruh antara variabel bebas yaitu *leverage*, likuiditas, pertumbuhan penjualan terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan *food and beverage* yang *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2019.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik dengan pengambilan sampel yang didasarkan pada karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan dan kriteria. Adapun kriteria yang digunakan pada pemilihan sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut : (1) Perusahaan *food and beverage* yang masih aktif terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan yaitu pada tahun 2016-2019. (2) Perusahaan *food and beverage* yang telah mempublikasi laporan keuangan secara lengkap dengan menggunakan satuan rupiah selama periode 2016-2019. (3) Perusahaan *food and beverage* yang memperoleh laba setiap tahunnya selama periode 2016-2019. (4) Perusahaan *food and beverage* yang mengalami peningkatan penjualan selama periode 2016-2019.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data dokumenter, dimana data tersebut merupakan jenis data penelitian berupa arsip yang memuat semua transaksi. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder. Data tersebut berupa laporan keuangan yang dipublikasi oleh perusahaan *food and beverage* yang terdapat di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2016-2019. Sumber data sekunder sendiri merupakan sumber dimana data-data tersebut telah tersedia. Dalam penelitian ini data bersumber dari Bursa Efek Indonesia (IDX) atau dapat dilihat dari situs resmi www.idx.co.id.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

Leverage

Leverage merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan *food and beverage* dan pada saat jatuh tempo harus dikembalikan. Dalam penelitian ini *leverage* menggunakan *debt to*

equity ratio (DER) yang merupakan rasio untuk mengukur antara utang perusahaan *food and beverage* dengan modal sendiri. Menurut Kasmir (2017:113) untuk menghitung *debt to equity ratio* (DER) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Likuiditas

Likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan *food and beverage* dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Dalam penelitian ini likuiditas menggunakan *current ratio* (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Menurut Kasmir (2012:134) tingkat *current ratio* (CR) dapat dihitung menggunakan rumus :

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

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan baik kenaikan maupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dilihat dari laporan laba rugi perusahaan *food and beverage*. Menurut Detiana (2011) pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan menggunakan *sales growth* dengan rumus sebagai berikut:

$$SG = \frac{S_{t1} - S_{t-1}}{S_{t-1}} \times 100\%$$

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar oleh investor seandainya perusahaan *food and beverage* dijual. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham pada suatu perusahaan *food and beverage*. Menurut Husnan (2012:99) nilai perusahaan dapat diukur melalui *price to book value* (PBV) yang diformulasikan sebagai berikut:

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

Teknik dan Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *leverage*, likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Model umum regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$NP = a + b_1DER + b_2CR + b_3SG + e$$

Keterangan :

- NP = Nilai Perusahaan
- a = Konstanta
- $b_1 - b_3$ = Koefisien Regresi
- DER = *Leverage*
- CR = Likuiditas
- SG = Pertumbuhan Penjualan
- e = Standar Error

Setelah mengetahui persamaan regresi linier maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat ditafsirkan berdasarkan dari nilai koefisien atas variabel bebas dan dapat dihitung dengan menggunakan SPSS.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang paling utama dalam uji asumsi klasik. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2012:160). Berikut ini merupakan dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan plot probabilitas normal (*normal probability plot*) : (1) Jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, artinya menunjukkan pola distribusi normal, maka model tersebut memenuhi asumsi normalitas. (2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal artinya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas juga dapat menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*, berikut pengambilan keputusan dilakukan: (1) Nilai signifikan $> 0,05$ menunjukkan bahwa data distribusi normal. (2) Nilai signifikan $< 0,05$ menunjukkan bahwa data distribusi tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dengan menggunakan pedoman deteksi dengan besaran VIF (*Variance Inflation Factor*). (1) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi. (2) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa adanya multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ yang merupakan periode sebelumnya (Ghozali, 2012:110). Model regresi yang baik adalah model yang tidak adanya autokorelasi. Ukuran dalam ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut : (1) Terjadi auto korelasi positif jika DW di bawah -2 ($DW < -2$). (2) Terjadi auto korelasi negatif jika DW di atas $+2$ ($DW > 2$). (3) Tidak terjadi autokorelasi jika DW berada diantara -2 dan $+2$ atau $-2 < DW < +2$.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2012:139) uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya, jika *variance* residual suatu pengamatan ke pengamatan lain maka terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas, yaitu sebagai berikut: (1) Apabila tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. (2) Apabila terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu secara teratur seperti bergelombang, melebur kemudian menyempit, maka dapat disimpulkan terjadinya heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji *Goodness of Fit* (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan α sebesar 0,05. Menurut Sanusi (2014:138) kriteria pengujian yaitu sebagai berikut : (1) Jika nilai signifikan F $> 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian ini tidak layak dan

tidak dapat dipergunakan sebagai prediktor nilai perusahaan. (2) Jika nilai signifikan $F \leq 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat dipergunakan prediktor nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran untuk mengukur kebenaran yang dapat menjelaskan porsi pada variabel-variabel dependen (terikat) yang dijelaskan oleh garis regresinya atau variabel independen (bebas). Menurut Ghazali (2012:97) koefisien determinasi (R^2) dapat diinterpretasikan sebagai berikut: (1) Jika nilai (R^2) mendekati 1, artinya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan semakin kuat. (2) Jika nilai (R^2) mendekati 0, artinya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan semakin melemah.

Uji Hipotesis (Uji t)

Dalam (Ghozali, 2012:98) mengatakan bahwa pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individu dalam menjelaskan variasi variabel bebas. Berikut dasar pengambilan keputusan yang dilakukan : (1) Jika nilai signifikan uji $t \leq 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. (2) Jika nilai signifikan uji $t > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,253 | 5,101 | | ,050 | ,961 |
| | DER | 7,310 | 3,562 | ,446 | 2,052 | ,047 |
| | CR | ,004 | ,915 | ,001 | ,005 | ,996 |
| | SG | 5,452 | 4,873 | ,157 | 1,119 | ,270 |

a. Dependent Variable: PBV

Sumber Data: Data sekunder diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil olahan data yang ditunjukkan Tabel 2 persamaan regresi yang didapat yaitu:

$$PBV = 0,253 + 7,310DER + 0,004CR + 5,452SG + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (α)

Dari persamaan regresi di atas, besarnya nilai konstanta (α) sebesar 0,253 menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *leverage* (DER), likuiditas (CR) dan pertumbuhan penjualan (SG) = 0, maka variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan (PBV) sebesar 0,253.

2. Koefisien Regresi *Leverage* (DER)

Hasil pengujian yang dilakukan diperoleh tingkat koefisien regresi variabel *leverage* sebesar 7,310. Hasil ini memperlihatkan arah hubungan antara variabel *leverage* dengan nilai perusahaan bersifat positif (searah). Artinya jika *Debt to Equity Ratio* (DER) meningkat sebesar satu satuan maka dapat menaikkan nilai perusahaan 7,310 satuan.

3. Koefisien Regresi Likuiditas (CR)

Hasil pengujian yang dilakukan diperoleh tingkat koefisien regresi variabel likuiditas sebesar 0,004. Hasil ini memperlihatkan arah hubungan antara variabel likuiditas dengan nilai perusahaan bersifat positif (searah). Artinya jika *Curent Ratio* (CR) meningkat sebesar satu satuan maka dapat menaikkan nilai perusahaan 0,004 satuan.

4. Koefisien Regresi Pertumbuhan Penjualan (SG)

Hasil pengujian yang dilakukan diperoleh tingkat koefisien regresi variabel pertumbuhan penjualan sebesar 5,452. Hasil ini memperlihatkan arah hubungan antara variabel pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan bersifat positif (searah). Kondisi ini mencerminkan perputaran persediaan meningkat sebesar satu satuan maka dapat menaikkan nilai perusahaan 5,452 satuan.

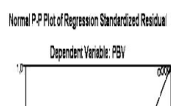
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau mendekati normal dengan menggunakan 2 pendekatan yaitu pendekatan grafik dan metode *Kolmogorov Smirnov*.

a. Pendekatan Grafik

Hasil data menggunakan SPSS sebagai berikut:



Gambar 2

Grafik Uji Normalitas

Sumber Data: Hasil Output SPSS

Dari hasil grafik uji normalitas diatas dapat diketahui bahwa data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, artinya data dalam penelitian ini menunjukkan pola berdistribusi normal dan model tersebut sudah memenuhi asumsi normalitas.

b. Metode *Kolmogorov Smirnov*

Kriteria pengambilan keputusan dalam menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*: (1) Data berdistribusi normal jika didapatkan angka signifikansi $> 0,05$. (2) Data berdistribusi tidak normal jika didapatkan angka signifikansi $< 0,05$. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*:

Tabel 3

Hasil Uji Normalitas dengan Metode *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample *Kolmogorov-Smirnov* Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 44 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | 7,15894241 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,176 |
| | Positive | ,176 |
| | Negative | -,080 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,168 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,130 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data: Data sekunder diolah tahun 2021

Dari hasil output SPSS diperoleh besarnya nilai pengujian normalitas residual menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai Kolmogorov Smirnov dengan signifikan 0,130 diatas 0,05 (0,130 > 0,05).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Berikut merupakan hasil uji multikolinearitas yang telah diolah dengan program SPSS.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | |
|-------|------------|---------------------------|-------|
| | | Collinearity Statistics | |
| Model | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | DER | ,412 | 2,427 |
| | CR | ,410 | 2,441 |
| | SG | ,986 | 1,015 |

a. Dependent Variable: PBV

Sumber Data: Data sekunder diolah tahun 2021

Berdasarkan Tabel hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan, maka diperoleh nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 dari masing-masing variabel bebas (independen) berturut-turut sebagai berikut:

- Nilai *tolerance* DER 0,412 > 0,10 dan nilai VIF DER 2,427 < 10
- Nilai *tolerance* CR 0,410 > 0,10 dan nilai VIF CR 2,441 < 10
- Nilai *tolerance* SG 0,986 > 0,10 dan nilai VIF SG 1,015 < 10

Dari hasil penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinearitas diantara variabel DER, CR dan SG didalam model regresi ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi memuat korelasi antara residual pada tahun sebelumnya (t-1) (Ghozali, 2012:110).

Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson disajikan pada Tabel dibawah ini:

Tabel 5
Hasi Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,471 ^a | ,222 | ,164 | 7,42255 | ,345 |

a. Predictors: (Constant), SG, DER, CR

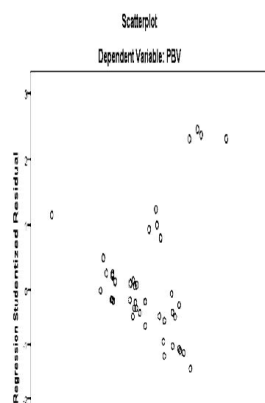
b. Dependent Variable: PBV

Sumber Data: Data sekunder diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 0,345 yang terletak diantara -2 dan 2 yaitu $-2 < 0,345 \leq 2$. Jadi dapat disimpulkan model regresi yang diajukan tidak mengandung masalah autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara varians dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Hal ini dapat dilihat dari grafik yang diolah menggunakan SPSS.



Gambar 3
Grafik *Scatterplot* Uji Heteroskedastisitas
Sumber Data: Hasil Output SPSS

Berdasarkan Gambar grafik *scatterplot* diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola yang jelas, dengan pola yang berada diatas maupun dibawah 0 pada sumbu Y . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi yang dihasilkan layak digunakan untuk dianalisa lebih lanjut.

Uji Kelayakan Model

Uji Goodness of Fit (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel bebas yaitu *leverage*, likuiditas dan pertumbuhan penjualan layak atau tidak untuk diuji. Berikut hasil pengujian yang telah diolah dengan program SPSS.

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

| | | ANOVA ^a | | |
|-------|------------|--------------------|--|-------------------|
| Model | | F | | Sig. |
| 1 | Regression | 3,811 | | ,017 ^b |
| | Residual | | | |
| | Total | | | |

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), SG, DER, CR

Sumber Data: Data sekunder diolah tahun 2021

Berdasarkan Tabel hasil uji kelayakan model F yang telah dilakukan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari nilai taraf ujinya $\alpha=0,05$ atau tingkat signifikan

0,017 < 0,05 (*level of signifikan*). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi yang telah diolah dengan program SPSS.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | |
| 1 | ,471 ^a | ,222 | | ,164 |

a. Predictors: (Constant), SG, DER, CR

b. Dependent Variable: PBV

Sumber Data: Data sekunder diolah tahun 2021

Berdasarkan Tabel hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa hasil R square sebesar 0,222. Hal tersebut berarti kontribusi *leverage* (DER), likuiditas (CR) dan pertumbuhan penjualan (SG) dalam menerangkan nilai perusahaan sebesar 0,222 atau 22,2%. Sedangkan sisanya 77,8% menjelaskan pada variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengukur secara individu pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu *leverage* (DER), likuiditas (CR) dan pertumbuhan penjualan (SG) terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan (PBV) dengan taraf signifikansi ≤ 0,05. Berikut uji parsial (uji t) yang telah diolah menggunakan program SPSS.

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

| Coefficients ^a | | | | |
|---------------------------|------------|-------|------|------------------|
| Model | | t | Sig. | Keterangan |
| 1 | (Constant) | ,050 | ,961 | |
| | DER | 2,052 | ,047 | Signifikan |
| | CR | ,005 | ,996 | Tidak Signifikan |
| | SG | 1,119 | ,270 | Tidak Signifikan |

a. Dependent Variable: PBV

Sumber Data: Data sekunder diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji t dan tingkat signifikan pada tabel diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian Hipotesis *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial dari variabel *leverage* diperoleh nilai t sebesar 2,052 dengan tingkat signifikan sebesar 0,047 lebih kecil dari nilai taraf ujinya atau 0,047 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ *leverage* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Dengan demikian hipotesis pertama diterima.

2. Hasil Pengujian Hipotesis Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial dari variabel likuiditas diperoleh nilai t sebesar 0,005 dengan tingkat signifikan sebesar 0,996 lebih besar dari taraf ujinya atau 0,996 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₂ likuiditas (CR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Dengan demikian hipotesis kedua diterima.

3. Hasil Pengujian Hipotesis Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial dari variabel pertumbuhan penjualan diperoleh nilai t sebesar 1,119 dengan tingkat signifikan 0,270 lebih besar dari taraf ujinya atau $0,270 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 pertumbuhan penjualan (SG) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

Pembahasan

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t untuk *leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) diperoleh bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis 1 yang menyatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* diterima. Pengaruh positif artinya jika nilai *leverage* mengalami kenaikan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan, begitupun sebaliknya jika nilai *leverage* mengalami penurunan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Dikatakan signifikan karena nilai *leverage* mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap nilai perusahaan, sehingga berapapun nilai *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan *Food and Beverages*. Artinya semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan maka akan memperlihatkan aliran dana dari luar berupa hutang akan semakin besar. Hutang yang besar tidak terjadi masalah selama dikelola dengan baik dalam kaitannya dengan pendanaan operasional perusahaan. Hal tersebut tentunya akan mampu dalam meningkatkan penjualan sehingga akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Kondisi inilah yang dijadikan persepsi positif oleh investor, yang dicerminkan dalam harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin baik nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) serta Rudungga dan Sudiarta (2016) yang menunjukkan bahwa rasio utang atau *leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukarya dan Baskara (2019) serta Rakasiwi *et al* (2017) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t untuk likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) diperoleh bahwa likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis 2 yang menyatakan bahwa variabel Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverages* diterima. Pengaruh positif artinya jika nilai likuiditas mengalami kenaikan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan, begitupun sebaliknya jika nilai likuiditas mengalami penurunan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Dikatakan tidak signifikan karena nilai likuiditas tidak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap nilai perusahaan, sehingga berapapun nilai likuiditas hanya berpengaruh kecil terhadap nilai perusahaan *Food and Beverages* bahkan tidak mempengaruhi nilai perusahaan *Food and Beverages*. Artinya Semakin tinggi *current ratio* maka tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan menunjukkan dana yang menganggur atau tidak ada perputaran dana untuk menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan. Ini akan mengakibatkan turunnya kepercayaan investor ataupun calon investor karena akan berasumsi bahwa perusahaan tidak memiliki kinerja yang baik, sehingga akan menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Simanungkalit dan Silalahi (2018) serta Lubis *et al* (2017) yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Sukarya dan Baskara (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t untuk pertumbuhan penjualan yang diukur dengan *Sales Growth* (SG) diperoleh bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis 3 yang menyatakan bahwa variabel Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* diterima. Pengaruh positif artinya jika nilai pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan, begitupun sebaliknya jika nilai pertumbuhan penjualan mengalami penurunan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Dikatakan tidak signifikan karena nilai pertumbuhan penjualan tidak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap nilai perusahaan, sehingga berapapun nilai pertumbuhan penjualan hanya berpengaruh kecil terhadap nilai perusahaan *Food and Beverages* bahkan tidak mempengaruhi nilai perusahaan *Food and Beverages*. Artinya bahwa perusahaan sektor makanan dan minuman mempunyai tingkat penjualan yang tidak stabil, pertumbuhan penjualan yang besar tidak selalu diikuti peningkatan dari nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin besar pertumbuhan penjualan maka semakin banyak beban penjualan dan beban usaha sehingga menyebabkan laba bersih turun. Jika laba yang dihasilkan perusahaan mengalami penurunan maka akan mengurangi tingkat keuntungan yang diinginkan investor sehingga menyebabkan menurunnya harga saham dan pada akhirnya menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pantow *et al* (2015) dan Sukaria (2015) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rakasiwi *et al* (2017) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian variabel mengenai pengaruh *leverage*, likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan *food and beverage*, maka penelitian ini dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut: (1) *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *food and beverages*. Hasil ini memperlihatkan bahwa perusahaan dapat mengelola hutang dengan baik sehingga mendapatkan sinyal positif bagi investor karena berasumsi bahwa aliran kas perusahaan dimasa mendatang akan terjaga dan prospek perusahaan semakin cerah. (2) Likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *food and beverages*. Hasil ini memperlihatkan bahwa tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan tidak ada perputaran dana dalam menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan, sehingga investor melihat sebagai sinyal negatif karena tidak memiliki kinerja yang baik, dengan begitu akan menurunkan nilai perusahaan. (3) Pertumbuhan penjualan yang diukur dengan menggunakan *Sales Growth* (SG) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *food and beverage*. Hasil ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin banyak beban penjualan dan beban usaha yang digunakan untuk mendanai kegiatan operasionalnya sehingga menyebabkan menurunnya nilai perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut: (1) Dalam penelitian ini periode yang digunakan yaitu 4 tahun, sehingga ada kemungkinan kurang

menunjukkan hasil atau kondisi yang sesungguhnya. (2) Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu *leverage*, likuiditas dan pertumbuhan penjualan sedangkan masih banyak lagi variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga ada kemungkinan 3 variabel tersebut belum memberikan gambaran yang luas mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan, maka hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat mendorong untuk melakukan perbaikan keterbatasan pada penelitian-penelitian berikutnya. Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut: (1) Bagi perusahaan *Food And Beverage* sebaiknya lebih memperhatikan tingkat *leverage* di dalam pengelolaan perusahaan, sehingga membuat para investor percaya akan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Hal tersebut terbukti berpengaruh karena *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Bagi perusahaan *Food and Beverage* sebaiknya lebih memperhatikan tingkat likuiditas di dalam pengelolaan perusahaan, karena perusahaan harus bisa mengelolah perputaran dana secara optimal agar perusahaan dinilai mempunyai kinerja yang baik dalam hal meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. (3) Bagi perusahaan *Food and Beverage* sebaiknya lebih memperhatikan tingkat pertumbuhan penjualan di dalam pengelolaan perusahaan, karena perusahaan harus bisa mempertimbangkan pemanfaatan serta pengelolaan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga investor percaya dalam menanamkan dana pada Perusahaan *Food and Beverage*. (4) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempertimbangkan dalam menggunakan atau menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan menggunakan periode penelitian yang lebih lama untuk memperoleh hasil yang lebih baik atau dapat menunjukkan kondisi yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2011. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedelapan. Buku Kedua. Erlangga. Jakarta.
- _____. dan _____. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi kesebelas Buku Kesatu. Salemba Empat. Jakarta.
- Bursa Efek Indonesia. 2021. Laporan Keuangan Tahunan. www.idx.co.id. 28 Januari 2021 (12.56).
- Detiana, T. 2011. Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan dan Dividen Terhadap Harga Saham STIE Trisakti. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 13 (1) : 57-66.
- Dramawan, I.D. K. A. 2015. Pengaruh Risiko Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan pada Profitabilitas dan Niai Perusahaan Property. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* 20(2): 158-167.
- Fadli, M. 2015. Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Perbankan Asuransi. *JOM Fekom* 2(2).
- Fahmi, I. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Kedua. Alfabeta. Bandung.
- Fibriyanto, D. 2015. Analisis Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Property dan Real estate yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011. *Jurnal Administrasi Bisnis* 27(2):1-8.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi Kedelapan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, H. 2010. *Manajemen Personalialia dan Sumberdaya Manusia*. Edisi 2. BPFE UGM.Yogyakarta.

- Hanafi, M. M. 2013. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan ke-enam. BPFE. Yogyakarta.
- Hani, S. 2015. *Teknik Analisa Laporan Keuangan*. Umsu Press. Medan.
- Harahap, S. S. 2013. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Grasindo. Jakarta.
- Husnan, S. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Ketiga. AMP YKPN. Yogyakarta.
- _____. 2014. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. 10nd ed. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Kotler., Philip dan G. Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Lubis, I. I., Sinaga, B. M, dan Sasongko, H. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen* 3(3): 459-460.
- Mulyo, A. B. 2018. Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Pantow, M., M, Sharon., T, Sri. dan Irvan. 2015. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat Di Indeks LQ 45.
- Rakasiwi, F. W., A. Pranaditya. dan R. Andini. 2017. Pengaruh EPS, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Akuntansi*.
- Rudungga, G. N dan G. M. Sudiarta. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(7): 4394-4422.
- Sanusi, A. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sartono. 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4 BPFE. Yogyakarta.
- Simanungkalit, R.W. B. R. Dan E. R. R. Silalahi. 2018 Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Equity, Debt to Equity dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI. *Jurnal JRAK* 4(2): 2443-1079.
- Studylibid. 2021. Landasan Teori Signal. <https://studylibid.com>. 6 Mei 2021 (11.00).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukaria, N. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*. Universitas Muhammadiyah. Yogyakarta.
- Sukarya P. dan G. K. Baskara. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage. *E-Jurnal Manajemen* 8(1): 7399-7428.
- Suwardika, I. N. dan I. K. Mustanda. 2017. Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud* 7(3):1248-1277.
- Utami, N. W. 2019. Strategi Pemasaran Untuk Setiap Tahapan Siklus Hidup Produk. https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengetahui-strategi-pemasaran-untuk-setiap-tahapan-siklus-hidup-produk/#a_Fase_kedewasaan_bertumbuh_growth_maturity. 21 November 2020 (10.55).

Wiagustini N.P. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Udayana University Press. Denpasar.