

PENGARUH SALES GROWTH, LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Ildha Aminah Sari
Ildhasari531@gmail.com
Djawoto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to find out and analyze the effect of sales growth, liquidity (current ratio), and profitability (return on asset) on the firm value. The research object used food and beverages companies listed on The Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2016-2020 periods. This research was quantitative while the research data used secondary data taken from financial statements. Furthermore, the research sample collection technique used purposive sampling method, i.e., a sampling with determined criteria, it obtained 10 food and beverages companies. Moreover, the research data analysis used multiple linear regression analysis. Meanwhile the research data processed by SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) application 26 version. The research result showed that sales growth had a negative and insignificant effect on the firm value of food and beverages companies, liquidity had a negative and significant effect on the firm value of food and beverages companies, profitability had a positive and significant effect on the firm value of food and beverages companies.

Keywords: sales growth, liquidity, profitability, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sales Growth*, Likuiditas (*Current Ratio*), dan Profitabilitas (*Return on Asset*) terhadap Nilai Perusahaan. Pada penelitian ini obyek penelitian yang digunakan adalah perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif sedangkan data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu maka diperoleh sebanyak 10 perusahaan *food and beverages*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Data diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages*, Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages*, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages*.

Kata Kunci: sales growth, likuiditas, profitabilitas, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada era globalisasi mulai mengalami perubahan dalam perekonomian, secara tidak langsung perubahan perekonomian akan mempengaruhi pola hidup masyarakat. Masyarakat yang bergantung pada perekonomian ini mulai menyusun strategi agar bertahan hidup, salah satu strategi yaitu dengan membangun bisnis. Berkembangnya dunia bisnis ini semakin ketat dikarenakan banyak persaingan antar perusahaan. Sehingga jika ingin mengoptimalkan suatu perusahaan, pelaku bisnis harus memutar otak supaya dapat meningkatkan nilai pada perusahaan. Salah satu cara meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang yaitu dengan memaksimalkan laba pada suatu perusahaan. Hal ini telah terbukti oleh pelaku bisnis, salah satu perusahaan yaitu manufaktur, di dalam sektor *food and beverages*.

Perkembangan yang sangat pesat pada sektor *food and beverages* dapat dilihat dari teknologi yang digunakan mulai canggih, seperti semakin banyak masyarakat yang memilih

untuk membeli secara *online* dibanding *offline* dan kecenderungan masyarakat Indonesia yang lebih menikmati makanan dan minuman yang siap saji. Sehingga menyebabkan banyaknya pelaku bisnis yang mulai mendirikan usaha makanan dan minuman, kemudian pelaku bisnis juga bisa memanfaatkan keadaan untuk membangun perekonomian. Masyarakat pun sering menganggap jika sub sektor *food and beverages* memiliki banyak keuntungan dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.

Namun akhir-akhir ini perusahaan *food and beverages* mengalami penurunan dikarenakan keterlambatan suatu perekonomian termasuk lemahnya daya beli masyarakat. Permasalahan tersebut terjadi karena mahalnya biaya bahan baku dan semakin tinggi biaya produksi yang telah dikeluarkan, sehingga berakibat pada tingginya harga jual produk dan daya beli masyarakat mengalami penurunan. Hal tersebut juga mengakibatkan penurunan laba pada sub sektor *food and beverages*. Maka dari itu, pelaku bisnis harus dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan memenuhi sumber dananya agar tetap melanjutkan kelangsungan hidup perusahaan. Upaya perusahaan dalam mencapai kinerja perusahaan yaitu dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sendiri memiliki beberapa macam aspek pengukuran, salah satunya dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Suatu perusahaan menggunakan alat ukur PBV, supaya dapat mengukur nilai perusahaan dengan cara membandingkan harga saham dengan nilai buku per lembar saham.

Sedangkan Bursa Efek merupakan pasar yang berhubungan dengan pembelian dan penjualan efek perusahaan. Didirikannya Bursa Efek ialah untuk menyediakan sistem dan sarana perdagangan Efek yang baik. Bursa Efek yang terdapat di Indonesia bisa disebut dengan Bursa Efek Indonesia atau bisa pula disebut dengan *Indonesia Stock Exchange* (IDX). Perusahaan yang telah tercatat di Bursa Efek yaitu perusahaan yang terbuka untuk umum, berarti bahwa tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dapat dimiliki atau dibeli secara umum. Dan tak sedikit pula yang mendaftarkan perusahaannya di Bursa Efek Indonesia, terdapat 9 sektor yang sahamnya telah terdaftar di BEI. Dalam sektor *food and beverages* terdapat 26 perusahaan yang terdaftar di BEI dan menjadi 10 perusahaan sesuai kriteria yang telah ditentukan. Sebelum menentukan nilai perusahaan, berikut merupakan data harga saham perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 yang diukur dengan menggunakan PBV:

Tabel 1
Data Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di BEI periode 2016-2020

No	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-rata
		2016	2017	2018	2019	2020	
1.	CEKA	0,90	0,85	0,84	0,88	0,84	0,86
2.	DLTA	3,95	3,21	3,43	4,49	3,45	3,71
3.	ICBP	5,41	5,11	5,37	4,88	2,22	4,59
4.	INDF	1,58	1,43	1,31	1,28	0,76	1,27
5.	MLBI	30,28	27,77	28,86	29,66	14,26	26,16
6.	MYOR	5,87	6,14	6,86	4,63	5,38	5,77
7.	ROTI	5,61	2,80	2,55	2,60	2,61	3,23
8.	SKBM	3,00	1,21	1,15	0,68	0,58	1,32
9.	SKLT	0,72	2,47	3,05	2,92	2,66	2,36
10.	ULTJ	3,78	3,55	0,33	0,34	0,39	1,68
Rata-rata		6,11	5,45	5,38	5,24	3,32	

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021.

Pada tabel tersebut menunjukkan rata-rata fenomena perkembangan nilai perusahaan pada sektor *food and beverages* periode 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penurunan dan masing-masing nilai perusahaan pada sektor *food and beverages* periode 2016-2020 mengalami fluktuasi di setiap tahunnya.

Hal ini ditunjukkan bahwa pada tahun 2017 rata-rata nilai perusahaan pada sektor *food and beverages* mengalami penurunan sebesar 5,45 dari tahun sebelumnya sebesar 6,11, sedangkan pada tahun 2018 rata-rata nilai perusahaan pada sektor *food and beverages* mengalami penurunan sebesar 5,38, pada tahun 2019 rata-rata nilai perusahaan pada sektor *food and beverages* mengalami penurunan sebesar 5,24, dan sedangkan pada tahun 2020 rata-rata nilai perusahaan pada sektor *food and beverages* mengalami penurunan yang cukup drastis yaitu sebesar 3,32.

Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi yang tidak maksimal. Tidak memaksimalkan pertumbuhan ekonomi dapat juga menyebabkan penurunan laba pada beberapa perusahaan *food and beverages*. Apabila laba yang diperoleh suatu perusahaan mengalami penurunan maka dapat mempengaruhi penurunan nilai perusahaan, begitu pun sebaliknya jika laba yang diperoleh suatu perusahaan mengalami peningkatan maka dapat meningkat pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk mengikat para investor dengan mengoptimalkan perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian dan pengontrolan sumber daya sehingga perusahaan mampu mencapai sasaran dengan baik.

Pada fenomena tersebut peneliti melakukan perhitungan dengan menggunakan beberapa indikator yang biasa digunakan untuk menghitung nilai perusahaan dengan menggunakan variabel *Sales Growth*, Likuiditas, dan Profitabilitas. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Apakah *Sales Growth* berpengaruh pada nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI ?; (2) Apakah Likuiditas berpengaruh pada nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI ?; (3) Apakah Profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI ?. Tujuan Penelitian ini sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah penelitian yang telah di uraikan di atas, Maka tujuan penelitian sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI.

TINJAUAN TEORITIS

Rasio Keuangan

Menurut Sutrisno (2012:212) rasio keuangan merupakan suatu cara yang dilakukan dengan menghubungkan elemen-elemen yang terdapat pada laporan keuangan seperti elemen-elemen aktiva satu dengan aktiva lainnya, elemen-elemen pasiva satu dengan pasiva lainnya. Elemen-elemen aktiva dan pasiva, elemen-elemen neraca dengan laporan laba rugi. Menurut Kasmir (2017:104) rasio keuangan merupakan rasio yang digunakan untuk melihat kondisi keuangan dan kinerja suatu perusahaan dengan membandingkan angka-angka yang terdapat pada laporan keuangan. Terdapat beberapa jenis rasio keuangan menurut Kasmir (2017:106), yaitu sebagai berikut: (1) Rasio Likuiditas (2) Rasio Solvabilitas (3) Rasio Aktivitas (4) Rasio Profitabilitas.

Sales Growth

Rasio pertumbuhan penjualan Menurut Kasmir (2018:107) merupakan rasio yang dipakai per usahaan dalam menilai kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan posisi ekonominya ditengah perekonomian dan sektor usahanya. Sedangkan pertumbuhan penjualan Menurut Handoko (2010:125) yaitu pertumbuhan atas penjualan dan merupakan indikator penting bagi perusahaan yang diterima atas pendapatan dari penjualan produk atau jasa, di mana pendapatan yang akan didapatkan dari penjualan tersebut dapat digunakan dalam mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

Rasio Likuiditas

Menurut Asnawi (2010:34) semakin tinggi likuiditas perusahaan maka semakin banyak dana yang tersedia bagi perusahaan untuk membiayai operasi dan investasi, sehingga penilaian investor pada kinerja perusahaan akan meningkat dan selanjutnya akan berpengaruh pada kenaikan nilai perusahaan. Menurut Kasmir (2017:128) likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan supaya memenuhi kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo. Dikatakan likuid jika suatu perusahaan yang mempunyai kewajiban dalam jangka yang telah ditentukan menggunakan aktiva lancar dan hutang lancar dan mampu memenuhi kewajiban tersebut. Adapun beberapa jenis rasio likuiditas yang biasa digunakan, yaitu: (1) Rasio Lancar atau *Current Ratio* (2) Rasio Cepat atau *Quick Ratio* (3) Rasio Kas atau *Cash Ratio*.

Rasio Profitabilitas

Sartono (2010:122) mendefinisikan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam hubungannya dengan penjual, modal sendiri maupun total aktiva. Rasio profitabilitas menurut Hery (2015:227) digunakan untuk menggambarkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan, yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan *asset* dan penggunaan modal. Adapun beberapa jenis rasio profitabilitas menurut Sudana (2011:22) yang biasa digunakan, yaitu: (1) *Return on Equity* (ROE) (2) *Return on Asset* (ROA) (3) *Profit Margin Ratio* dapat dibedakan menjadi tiga, diantaranya yaitu: (a) *Operating Profit Margin* (b) *Net Profit Margin* (c) *Gross Profit Margin* (4) *Basic Earning Power*.

Nilai Perusahaan

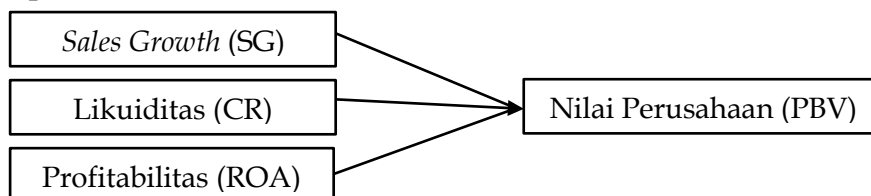
Menurut Harmono (2009:233) nilai perusahaan merupakan kinerja suatu perusahaan yang dapat di cerminkan melalui harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja suatu perusahaan. Nilai perusahaan menurut Sartono (2010:487) adalah persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang biasanya dikaitkan dengan harga saham.

Menurut Astuti (2014:38) nilai perusahaan yaitu suatu rasio harga pasar saham terhadap nilai buku yang dapat dipergunakan untuk memberikan indikasi bagaimana cara pandang investor pada perusahaan tersebut. Adapun beberapa jenis nilai perusahaan yang dapat digunakan, yaitu: (1) *Price Earning Ratio* (PER) (2) *Price to Book Value* (PBV).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dapat dijadikan bahan pertimbangan, yaitu: (1) Rakasiwi, *et al.* (2017), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *sales growth* (pertumbuhan penjualan) negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Elisa (2021), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *sales growth* (pertumbuhan penjualan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Palestina (2020), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (4) Marizta (2021), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (5) Putra (2016), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (6) Kamila (2017), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Sales growth atau pertumbuhan penjualan menurut Harahap (2008) merupakan selisih antara jumlah penjualan periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan periode sebelumnya. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi bisa mempengaruhi tingkat pendapatan sehingga dapat pula meningkatkan pembayaran dividen. Semakin tinggi *sales growth* (pertumbuhan penjualan) maka semakin baik perusahaan dalam menjalankan operasi dan strateginya dalam memenuhi permintaan dan daya saing perusahaan, sehingga perusahaan mempunyai kesempatan meningkatkan keuntungan dimasa yang akan datang. Dalam penelitian Rakasiwi et al (2017) menunjukkan bahwa *sales growth* (pertumbuhan penjualan) negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Elisa (2021) menunjukkan bahwa *sales growth* (pertumbuhan penjualan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti dapat mengajukan hipotesis pertama sebagai berikut:

H_1 = *Sales growth* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Rasio likuiditas menurut Kasmir (2017:128) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan supaya memenuhi kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo. Semakin tinggi likuiditas perusahaan maka kinerjanya cenderung semakin baik. Dalam penelitian Palestina (2020) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Marizta (2021) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_2 = Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Rasio profitabilitas menurut Harjito dan Martono (2014:53) adalah rasio untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh suatu perusahaan selama satu periode tertentu. Profitabilitas perusahaan dapat dinilai menggunakan banyak cara tergantung pada laba maupun aktiva yang akan dibandingkan antara satu dengan yang lain. Dalam penelitian Putra (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Kamila (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_3 = Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang berarti penelitian tersebut berupa angka dan metode pengujian nya menggunakan analisis statistik. Jenis penelitian ini menggunakan Kasual Komparatif (*Casual-Comparative Research*) yang digunakan untuk mengetahui sebab akibat dengan membandingkan antara dua variabel atau lebih. Tipe yang dipergunakan dalam penelitian kasual komparatif adalah tipe *ex post facto* dimana data yang dikumpulkan setelah terjadi peristiwa atau fakta.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis tentang pengaruh *sales growth*, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2020.

Gambaran Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2018:130) merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan peneliti adalah perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020 sebanyak 26 perusahaan.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* berarti teknik yang tersebut digunakan untuk pengambilan sampel yang didasarkan pada karakteristik tertentu. Pengambilan sampel tersebut perlu menggunakan kriteria yang telah dipertimbangkan sebelumnya. Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang telah ditentukan, maka telah diperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2020. Kriteria yang digunakan peneliti untuk pemilihan sampel sebagai berikut:

Tabel 2
Tabel Sampel

No.	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1	Perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2020.	26
2	Perusahaan <i>food and beverages</i> yang belum menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2016-2020.	(14)
3	Perusahaan <i>food and beverages</i> yang tidak memiliki laba bersih selama periode 2016-2020.	(2)
Jumlah perusahaan untuk sampel penelitian		10

Sumber: Data Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia STIESIA diolah, 2022.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder dikarenakan data yang telah didapat oleh peneliti tidak didapatkan secara langsung dari pihak pertama, dimana peneliti mengumpulkan data tersebut berupa dokumen laporan keuangan perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya dan melalui situs resmi IDX.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang bisa mempengaruhi variabel lainnya atau dapat dikatakan menjadi sebab timbulnya variabel dependen. Variabel independen yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *Sales Growth* (SG), Likuiditas

yang diproksikan menggunakan *Current Ratio* (CR), dan Profitabilitas yang diproksikan menggunakan *Return on Asset* (ROA). (2) Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan yang diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV).

Definisi Operasional Variabel

Sales Growth

Sales growth atau pertumbuhan penjualan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan posisi ekonominya baik peningkatan maupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun dengan melihat laporan laba rugi pada perusahaan food and beverages. Berikut untuk perhitungan rumus untuk perhitungan *Sales growth*: $SG = \frac{S_{t1} - S_{t-1}}{S_{t-1}} \times 100\%$

Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan supaya memenuhi kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo pada perusahaan food and beverages. Dalam penelitian ini, Likuiditas diproksikan menggunakan *Current Ratio* (CR) dimana rasio tersebut menunjukkan besarnya aktiva lancar yang dipergunakan untuk membayar kewajiban jangka pendek yang akan jatuh tempo pada perusahaan food and beverages. Berikut untuk perhitungan rumus perhitungan Likuiditas: $CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh selama satu periode tertentu pada perusahaan food and beverages. Dalam penelitian ini, Profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Asset* (ROA) dimana rasio tersebut digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan food and beverages dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki agar menghasilkan laba bersih. Berikut untuk perhitungan rumus untuk perhitungan *Return on Asset*: $ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu rasio harga pasar saham terhadap nilai buku yang dapat dipergunakan untuk memberikan indikasi bagaimana cara pandang investor pada perusahaan food and beverages. Dalam penelitian ini Nilai Perusahaan diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) dimana rasio tersebut digunakan untuk melihat besarnya harga saham yang dimiliki perusahaan food and beverages dengan nilai bukunya. Berikut untuk perhitungan rumus untuk perhitungan *Price to Book Value*: $PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dipergunakan untuk menganalisis data agar peneliti dapat menentukan hasil penelitian. Teknik yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda, di mana analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang menjelaskan mengenai hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen. Dengan dilakukan pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel *sales growth*, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berpengaruh positif atau negatif. Dapat dikatakan memenuhi pengujian jika telah memenuhi uji asumsi klasik dengan uji normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan searah atau tidak searah antara variabel independen yaitu *sales growth*, likuiditas diproksikan dengan *current ratio*, dan profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan diproksikan dengan *price to book value* referensi perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan 2016-2020 secara linear.

Proses penelitian ini menggunakan alat statistik atau perangkat lunak khusus yang biasa dipergunakan khusus yaitu *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
(Constant)	266,707	84,938		3,140	,003
Sales Growth	-,053	,029	-,104	-1,865	,069
Current Ratio	-,016	,002	-,432	-7,676	,000
Return On Asset	,578	,036	,887	15,872	,000

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

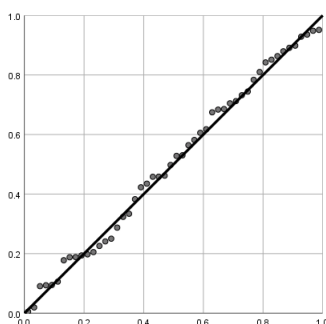
Berdasarkan hasil SPSS yang diperoleh pada tabel diatas, persamaan regresi linear berganda yang telah didapat sebagai berikut:

$$PBV = 266,707 - 0,053SG - 0,016CR + 0,578ROA + e$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda diatas, dapat diinterpretasikan bahwa: (1) Konstanta (α), berdasarkan dari hasil regresi linear berganda diatas, nilai konstanta (α) bernilai positif sebesar 266,707, hal tersebut menunjukkan jika variabel independen yang terdiri dari *Sales Growth*, Likuiditas (CR), dan Profitabilitas (ROA) bernilai 0, artinya nilai variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (PBV) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebesar 266,707. (2) Hasil Koefisien Regresi *Sales Growth* (SG), berdasarkan nilai dari koefisien regresi linear berganda untuk *Sales Growth* sebesar -0,053 berpengaruh negatif atau berlawanan dengan Nilai Perusahaan (PBV), hal tersebut diartikan bahwa apabila variabel *sales growth* (pertumbuhan penjualan) meningkat maka terjadi penurunan pada nilai perusahaan sehingga jika βSG naik sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan turun sebesar -0,053 dengan asumsi variabel lain yaitu konstan. (3) Hasil Koefisien Regresi Likuiditas (*Current Ratio*), berdasarkan nilai dari koefisien regresi linear berganda untuk Likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* sebesar -0,016 berpengaruh negatif atau berlawanan dengan Nilai Perusahaan (PBV), hal tersebut diartikan bahwa meningkatnya *current ratio* maka akan terjadi penurunan pada nilai perusahaan sehingga jika βCR naik sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan akan turun sebesar -0,016 dengan asumsi variabel lain yaitu konstan. (4) Hasil Koefisien Regresi Profitabilitas (*Return on Asset*), berdasarkan nilai dari koefisien regresi linear berganda untuk Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* sebesar 0,578 berpengaruh positif atau searah dengan Nilai Perusahaan (PBV), hal tersebut diartikan bahwa meningkatnya *return on asset* maka nilai perusahaan akan meningkat, artinya apabila βROA naik sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan akan naik sebesar βROA yaitu 0,578.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan untuk mengetahui suatu variabel distribusi normal atau tidak normal antara variabel independen yaitu *sales growth*, likuiditas diproksikan dengan *current ratio*, dan profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan diproksikan dengan *price to book value* referensi perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan 2016-2020. Adapun dua cara uji normalitas untuk dapat mengetahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal sebagai berikut: (a) Analisis Grafik Analisis dipergunakan untuk menilai normalitas data yang dilihat dari grafik *Normal P-P Plot of regression standardized*, penjelasan grafik tersebut yaitu jika data yang menyebar atau titik-titik yang ada pada grafik menyebar dan mengikuti garis serta berada disekitar garis diagonal maka nilai residual yang dihasilkan dinyatakan normal, begitu pula sebaliknya jika data yang menyebar atau titik-titik yang ada pada grafik menyebar dan tidak mengikuti garis serta tidak sekitar garis diagonal maka nilai residual dinyatakan tidak normal.



Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Gambar 2
Grafik P-Plot

Berdasarkan hasil gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh menyebar secara normal pada *P-Plot* dan data tersebut berada disekitar garis diagonal dan searah dengan garis diagonal, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi uji normalitas dikarenakan berdistribusi normal. (b) Analisis *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dapat dinyatakan berdistribusi normal jika nilai residual menunjukkan angka signifikan > 0,05, sebaliknya jika nilai residual menunjukkan angka signifikan ≤ 0,05 maka dinyatakan distribusi tidak normal.

Tabel 4
Hasil Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S)

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	282,79833827
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,057
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

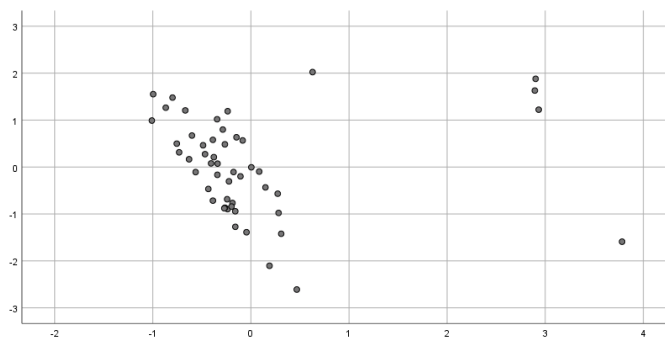
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal, didukung dengan hasil analisis *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) sebesar 0,200. Artinya, nilai signifikansi 0,200 lebih besar dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga penelitian ini memenuhi uji normalitas dikarenakan berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipergunakan untuk menguji suatu model regresi apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari suatu residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode grafik yaitu grafik *scatterplot* dimana cara mengetahui grafik tersebut dengan cara mengamati pola-pola yang ada pada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen yaitu ZPRED dengan variabel residual yaitu SRESID. Dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas serta dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sedangkan dikatakan terjadi heteroskedastisitas jika terdapat pola tertentu dan titik-titik yang ada membentuk pola tertentu secara teratur seperti melebur kemudian menyempit bahkan bergelombang.



Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Gambar 3
Grafik Scatterplot

Berdasarkan hasil gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat data atau titik-titik yang menyebar diatas serta dibawah angka 0 pada sumbu Y tidak membentuk pola tertentu, jadi dapat dikatakan pengujian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan memenuhi uji asumsi klasik.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ini (t) yang dimasukkan dalam regresi linear berganda dengan kesalahan periode sebelumnya (t-1). Penelitian ini menggunakan standar uji Durbin-Watson (DW) untuk mengetahui adanya autokorelasi yaitu apabila DW dibawah -2 maka terjadi autokorelasi positif, jika DW diatas +2 maka terjadi autokorelasi negatif, dan sedangkan DW berada diantara -2 dan +2 maka tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	Keterangan
1	,927 ^a	,860	,851	291,87438	1,238	Bebas Autokorelasi

a. Predictors: (Constant), Sales Growth, Current Ratio, Return on Asset

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai uji autokorelasi Durbin Watson sebesar 1,238 yang artinya tidak terdapat autokorelasi dan dapat dikatakan bahwa data penelitian layak.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen atau variabel bebas dalam suatu penelitian dengan menggunakan model regresi multikolinearitas. Agar mengetahui adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menggunakan cara melihat hasil uji VIF (*Variance Inflation Factor*). (1) Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF ≤ 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi. (2) Jika nilai *tolerance* ≤ 0,10 dan nilai VIF > 10, maka dapat dikatakan bahwa terjadi terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Sales Growth	,982	1,018	Bebas Mutikolinearitas
Current Ratio	,960	1,042	Bebas Mutikolinearitas
Return On Asset	,975	1,026	Bebas Mutikolinearitas

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil *tolerance* dari ketiga variabel independen memiliki angka lebih besar dari 0,10 dan hasil VIF dari ketiga variabel independen memiliki angka kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan jika ketiga variabel independen yang terdiri dari *sales growth*, likuiditas diproksikan dengan *current ratio*, dan profitabilitas diproksikan dengan *return on asset*, tidak terjadi multikolinearitas dan dapat dikatakan data penelitian layak.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Dalam penelitian ini Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi layak atau tidak layak antara variabel independen dan variabel dependen dengan menggunakan nilai signifikan sebesar 5% atau 0,05. Pengujian tersebut menggunakan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan uji F > 0,05 maka model yang digunakan pada penelitian ini tidak layak dan tidak dapat digunakan untuk penelitian berikutnya. (2) Jika nilai signifikan uji F ≤ 0,05 maka model yang digunakan pada penelitian ini layak dan dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

Tabel 7
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	24079031,894	3	8026343,965	94,216	,000 ^b
Residual	3918770,106	46	85190,654		
Total	27997802,000	49			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), Sales Growth, Current Ratio, Return on Asset

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat angka sig adalah 0,000, sehingga tingkat angka sig lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Variabel independen yang terdiri dari *sales growth*, likuiditas diproksikan dengan *current ratio*, dan profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to book value*, maka penelitian yang digunakan layak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Terdapat asumsi mengenai uji koefisien determinasi (R^2) yaitu nilai R^2 berada di antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), sehingga: (1) Jika nilai R^2 mendekati nilai 1, maka kontribusi variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara bersamaan semakin kuat dan mampu memberikan informasi yang berhubungan dengan prediksi dari variasi variabel dependen. (2) Jika nilai R^2 mendekati nilai 0, maka kontribusi variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara bersamaan semakin melemah dan tidak mampu memberikan informasi yang berhubungan dengan variabel independen dengan baik.

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,927 ^a	,860	,851	291,87438

a. Predictors: (Constant), Sales Growth, Current Ratio, Return on Asset

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa, R^2 adalah 0,860 atau 86%, artinya hal ini menunjukkan jika R^2 berada pada rentang 0 sampai 1 sehingga 86% mempengaruhi variabel independen yang terdiri dari *sales growth*, likuiditas diproksikan dengan *current ratio*, dan profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to book value* dan sisanya sebesar 14% dipengaruhi oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, uji statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data agar menjadi informasi yang jelas dapat dengan mudah dipahami, data tersebut dilihat dari minimum, maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi yang akan diolah menggunakan teknik analisis *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

Tabel 9
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SG	50	-4813,00	5040,00	716,4000	1475,42113
CR	50	6795,00	86378,00	28528,5600	20694,51931
ROA	50	31,00	5267,00	1264,9600	1158,91277
PBV	50	33,00	3028,00	509,8000	755,89928
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa, banyaknya variabel efektif yang dimasukkan penelitian ini terdapat pada nilai N, terdapat 50 data yang telah dikumpulkan selama periode lima tahun pada 10 perusahaan *food and beverages* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020 yang digunakan sebagai sampel.

Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Dalam penelitian ini, uji hipotesis (uji-t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari *sales growth*, likuiditas diproksikan dengan *current ratio*, dan profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to book value* menggunakan tingkat signifikan 0,05 atau 5%. Dasar penentuan pengambilan keputusan uji hipotesis (uji-t) sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan uji $t \leq 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian tersebut diterima. (2) Jika nilai signifikan uji $t > 0,05$ dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian tersebut ditolak.

Tabel 10
Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model		T	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	3,140	,003	
	Sales Growth	-1,865	,069	Tidak Signifikan
	Current Ratio	-7,676	,000	Signifikan
	Return On Asset	15,872	,000	Signifikan

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel uji hipotesis (uji-t) tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Uji pengaruh pada *Sales Growth* (SG) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel *sales growth* bahwa nilai t hitung sebesar -1,865 dan tingkat signifikansi sebesar 0,069 lebih besar dari taraf uji nya atau $0,069 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak artinya *sales growth* (SG) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI. (2) Uji pengaruh pada Likuiditas (CR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel likuiditas yang diproksikan dengan CR bahwa nilai t hitung sebesar -7,676 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih besar dari taraf uji nya atau $0,000 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima artinya likuiditas (CR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI. (3) Uji pengaruh pada Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA bahwa nilai t hitung sebesar 15,872 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih besar dari taraf uji nya atau $0,000 \leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima artinya profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Sales Growth* (SG) Terhadap Nilai Perusahaan

Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan posisi ekonominya baik mengalami peningkatan maupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun dengan melihat laporan laba rugi pada perusahaan *food and beverages* dapat diukur menggunakan SG. *Sales growth* digunakan banyak pihak untuk melihat prospek suatu perusahaan seperti pemilik perusahaan, investor, kreditor, serta pihak lain.

Berdasarkan hasil statistik hipotesis (uji-t) variabel *sales growth* memperoleh nilai t sebesar -1,865 yang artinya memiliki nilai negatif dan menandakan variabel *sales growth* memiliki hubungan berlawanan dengan nilai perusahaan sehingga diartikan apabila *sales growth* pada perusahaan meningkat maka nilai perusahaan menurun begitu pun sebaliknya apabila *sales growth* menurun maka nilai perusahaan meningkat. Tingkat signifikansi variabel *sales growth* dalam penelitian ini adalah $0,069 > 0,05$ artinya *sales growth* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga dikatakan tidak stabil dan tidak memiliki

pengaruh yang bermakna. Perusahaan yang memiliki tingkat *sales growth* tinggi, lebih banyak menggunakan pendanaan internal berupa laba dari dalam perusahaan yang didapatkan melalui hasil penjualan dan akan digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, sehingga perusahaan tidak menggunakan pendanaan eksternal berupa hutang. Jika perusahaan menggunakan utangnya secara maksimal maka nilai perusahaan dapat dikatakan positif dan mendapatkan persepsi baik dari investor. Semakin tinggi *sales growth* maka semakin baik perusahaan dalam menjalankan operasi dan strateginya dalam memenuhi permintaan dan daya saing perusahaan, sehingga dapat meningkatkan laba dan jika laba perusahaan mengalami peningkatan maka tingkat keuntungan yang diinginkan investor terpenuhi. Para investor juga dapat menggunakan data *sales growth* untuk memprediksikan keuntungan yang diperoleh dimasa mendatang sehingga memungkinkan bagi investor untuk menginvestasikan dananya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*, jadi H_1 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Rakasiwi et al (2017) bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan Elisa (2021) bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas (CR) Terhadap Nilai Perusahaan

Kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang telah jatuh tempo dapat diukur dengan *current ratio* (CR), dimana CR tersebut digunakan mengukur seberapa besar tingkat likuiditas pada perusahaan *food and beverages*.

Berdasarkan hasil statistik hipotesis (uji-t) variabel likuiditas yang diproksikan dengan CR memperoleh nilai t sebesar -7,865 yang artinya memiliki nilai negatif dan menandakan variabel likuiditas (CR) memiliki hubungan berlawanan dengan nilai perusahaan sehingga dapat disimpulkan apabila likuiditas (CR) pada perusahaan meningkat maka nilai perusahaan menurun begitu pun sebaliknya apabila likuiditas (CR) menurun maka nilai perusahaan meningkat. Tingkat signifikansi variabel likuiditas yang di proksikan dengan *current ratio* dalam penelitian ini adalah $0,000 > 0,05$ artinya likuiditas (CR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. , apabila tingkat likuiditas pada perusahaan tersebut semakin tinggi maka dapat menurunkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba, dikarenakan banyak dana yang tidak digunakan secara maksimal dan perusahaan belum mampu membayar hutang yang telah jatuh tempo sehingga menurunkan minat investor untuk menginvestasikan dananya dan akan berakibat pada turunnya nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat likuiditas (CR) perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menyanggupi tagihan atau kewajiban lancarnya sehingga diperkirakan perusahaan akan memiliki banyak ketersediaan dana untuk membiayai operasi dan investasi karena persepsi investor pada kinerja perusahaan yang mampu melunasi utang sesuai jatuh tempo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*, jadi H_2 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Marizta (2021) bahwa likuiditas (CR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan Palestina (2020) bahwa likuiditas (CR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan yang diperoleh selama satu periode tertentu dapat diukur dengan *return on asset* (ROA), di mana ROA

tersebut dapat menunjukkan laba menggunakan seluruh asset yang dimiliki perusahaan *food and beverages* agar menghasilkan laba bersih.

Berdasarkan hasil statistik hipotesis (uji-t) variabel profitabilitas yang di proksikan dengan ROA memperoleh nilai t sebesar 15,872 yang artinya memiliki nilai positif dan menandakan variabel profitabilitas (ROA) memiliki hubungan searah dengan nilai perusahaan sehingga diartikan apabila profitabilitas (ROA) pada perusahaan meningkat maka nilai perusahaan meningkat begitu pun sebaliknya apabila profitabilitas (ROA) menurun maka nilai perusahaan menurun. Tingkat signifikansi variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* dalam penelitian ini adalah $0,000 > 0,05$ artinya profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas pada perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan seluruh *asset* yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Apabila tingkat profitabilitas (ROA) semakin tinggi maka dapat mencerminkan prospek masa depan perusahaan *food and beverages* yang baik, sehingga besarnya perolehan laba yang didapatkan perusahaan meyakinkan investor untuk menanamkan investasinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages*, jadi H_3 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Putra (2016) bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan Kamila (2017) bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisa mengenai penelitian yang berjudul "Pengaruh *Sales Growth*, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Data mengenai *sales growth*, likuiditas diproksikan dengan *current ratio*, dan profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 maka diperoleh kesimpulan bahwa: (1) *Sales growth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa *sales growth* berlawanan dengan nilai perusahaan, maka naik turunnya *sales growth* atau pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena tingginya tingkat *sales growth* pada perusahaan lebih banyak menggunakan pendanaan internal berupa laba dari dalam perusahaan yang didapatkan melalui hasil penjualan dan akan digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, sehingga perusahaan tidak menggunakan pendanaan eksternal berupa hutang, jika perusahaan tidak memaksimalkan hutangnya maka persepsi investor terhadap perusahaan buruk dan akan berakibat pada turunnya nilai perusahaan. (2) Likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa likuiditas berlawanan dengan nilai perusahaan, tingginya tingkat likuiditas pada perusahaan tersebut dapat menurunkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba, dikarenakan banyak dana yang tidak digunakan secara maksimal dan perusahaan belum mampu membayar hutang yang telah jatuh tempo sehingga menurunkan minat investor untuk menginvestasikan dananya dan akan berakibat pada turunnya nilai perusahaan. (3) Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2020.

Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas searah dengan nilai perusahaan, semakin tinggi tingkat profitabilitas pada perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan seluruh *asset* yang dimiliki perusahaan tersebut, sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan dan dapat meningkatkan minat investor untuk menginvestasikan dananya.

Keterbatasan

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, terdapat beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut: (1) Dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu *sales growth*, likuiditas, dan profitabilitas sedangkan masih banyak variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Sehingga terdapat kemungkinan 3 variabel independen tersebut belum memberikan gambaran yang luas mengenai faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. (2) Dalam penelitian ini hanya menggunakan sampel yang diperoleh melalui objek penelitian perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 sebagai sampel penelitian sebanyak 10 perusahaan yang dinilai memenuhi kriteria sampel. (3) Dalam penelitian ini hanya menggunakan periode selama 5 tahun yaitu tahun 2016-2020 dan data yang digunakan merupakan data sekunder, di mana dapat memicu kesalahan penulisan pada saat memasukkan data yang berupa angka.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memotivasi agar dapat melakukan perbaikan keterbatasan pada penelitian berikutnya. Beberapa saran yang disampaikan oleh penulis, sebagai berikut: (1) Perusahaan *food and beverages* sebaiknya tidak menggunakan *sales growth* sebagai acuan dalam memberikan *return* atau pengembalian investasi yang dilakukan investor. Perusahaan *food and beverages* dapat menggunakan pertumbuhan laba bersih agar dapat menjamin tingkat signifikan rasio tersebut terhadap nilai perusahaan sehingga mampu menarik investor supaya menginvestasikan dananya. (2) Perusahaan *food and beverages* sebaiknya harus memperhatikan tingkat likuiditas karena apabila rasio likuiditas membaik maka kepercayaan investor pada perusahaan *food and beverages* akan meningkat sehingga investor lebih mudah memberikan penilaiannya. (3) Perusahaan *food and beverages* sebaiknya lebih menjaga konsistensi dan mempertahankan tingginya tingkat profitabilitas agar menarik minat investor untuk menginvestasikan dananya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, S. K. dan C. Wijaya. 2010. Pengantar Valuasi. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Astuti, D. 2014. Manajemen Keuangan Perusahaan. Cetakan Pertama. Ghalia. Jakarta.
- Elisa, S. M. dan L. Amanah. 2021. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* 10.7. Surabaya.
- Handoko, H. 2010. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Edisi 2. BPF UGM. Yogyakarta.
- Harahap, S. S. 2008. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Harjito, A. dan Martono. 2014. Manajemen Keuangan. Edisi Kedua. Cetakan Keempat. Ekonisia. Yogyakarta.
- Harmono. 2009. Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis). Bumi Aksara, Jakarta.
- Hery. 2015. Analisis Laporan Keuangan. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.

- Kamila, D. R. dan T. Yuniati. 2017 Pengaruh Ukuran Perusahaan, Lverage, Profitabilitas, dan Struktur Modal. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.3. Surabaya.
- Kasmir. 2017. Analisis Laporan Keuangan. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2018. Analisis Laporan Keuangan. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Marizta, N. A. dan P. B. Mahargiono. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage yang Terhadap di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10.3. Surabaya.
- Palestina, H. S. M. dan Djawoto. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 9.3. Surabaya.
- Putra, A. A. Ngurah Dharma Adi dan P. V. Lestari. 2016. Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(7): 4044-4070. Surabaya.
- Rakasiwi, F. W., A. Pranaditya., dan R. Andini. 2017. Pengaruh Eps, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015. *Journal Of Accounting*: 3(3). Surabaya.
- Sartono, A. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Sudana, I. M. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sutrisno. 2012. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi. BPFE. Yogyakarta.