

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Likuiditas

2.1.1.1 Pengertian Likuiditas

Likuiditas merupakan keahlian suatu perusahaan dengan melengkapi hutang jangka pendeknya secara tepat waktu (Fahmi, 2018:65). Perusahaan membandingkan kewajiban jangka pendek dengan sumber daya jangka pendek yang ada untuk memenuhi kewajiban yang dimiliki. Jumlah alat-alat pembayaran (alat-alat likuid) yang dimiliki oleh suatu perusahaan pada suatu saat merupakan kekuatan membayar dari perusahaan yang bersangkutan. Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban keuangan yang segera dapat dicairkan atau yang sudah jatuh tempo (Widi et al., 2021). Secara spesifik likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang akan jatuh tempo. Variabel ini yang menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar perusahaan lainnya dengan liabilitas lancarnya. Semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan baik. Namun likuiditas yang tinggi dapat menunjukkan adanya uang kas berlebih yang berarti besarnya keuntungan yang telah diperoleh tidak digunakannya keuangan perusahaan secara efektif sehingga investor tidak tertarik dalam melakukan investasi (Setyawan, 2019).

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa likuiditas adalah kemampuan suatu Perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan sumber daya yang ada dengan tepat waktu.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Likuiditas

Dalam prakteknya likuiditas memberikan banyak manfaat bagi pihak yang berkepentingan terhadap Perusahaan, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan dan pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Menurut Kasmir (2019:132) terdapat beberapa tujuan dan manfaat likuiditas, yaitu:

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban atau hutang pada saat penagihan
2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek dengan aset lancar tanpa mempertimbangkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini, adalah aset lancar dikurangi sediaan dan hutang yang dianggap rendah likuiditasnya
4. Untuk mengukur total persediaan yang ada atau bandingkan dengan modal kerja perusahaan
5. Untuk menentukan berapa banyak uang tunai yang tersedia untuk melunasi pinjaman
6. Sebagai alat untuk merencanakan masa depan, khususnya tentang kas dan perencanaan hutang

7. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan beberapa periode kedepan
8. Untuk melihat kekurangan dari perusahaan, masing-masing komponen aset lancar dan hutang lancar
9. Ini menjadi alat pemicu bagi manajemen untuk memperbaiki kinerjanya dengan melihat rasio likuiditas.

2.1.1.3 Pengukuran Likuiditas

Menurut (Kasmir, 2019:134) terdapat beberapa jenis rasio yang digunakan untuk mengukur Likuiditas, yaitu:

1) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar merupakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rumus *Current Ratio* adalah sebagai berikut:

$$Current Ratio = \frac{Aset Lancar}{Hutang Lancar}$$

2) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio Cepat merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*).

Rumus *Quick Ratio* adalah sebagai berikut:

$$Quick Ratio = \frac{Aset Lancar - persediaan}{Hutang Lancar}$$

3) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio Kas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Rumus *Cash Ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Hutang Lancar}}$$

4) Rasio Perputaran Kas (*Cash Turnover*)

Rasio Perputaran Kas digunakan untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan. Rumus *Cash Turnover* adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Turnover} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata – rata Kas}}$$

5) *Inventory to Net Working Capital*

Inventory to Net Working Capital merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Rumus untuk mencari *Inventory to Net Working Capital* adalah sebagai berikut:

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Persediaan}}{\text{Aset Lancar} - \text{Hutang Lancar}}$$

Dalam penelitian ini, penulis memilih rasio lancar (*Current Ratio*) dalam mengukur likuiditas nya karena *current ratio* yang tinggi dapat menunjukkan bahwa jumlah aset akan lebih besar dari kewajiban jangka pendeknya, dengan demikian artinya perusahaan dapat membiayai kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan total aset lancar.

2.1.1.4 Standar Industri Likuiditas

Untuk mengambil manfaat dari rasio keuangan, maka memerlukan nilai standar sebagai perbandingan. Salah satu pendekatannya adalah dengan cara membandingkan rasio keuangan perusahaan dengan standar industrinya atau lini usaha dimana perusahaan secara dominan beroperasi. Berikut disajikan rata-rata industri likuiditas menurut Kasmir (2019:135) adalah sebagai berikut:

- | | |
|--|--------------|
| 1. Rasio Lancar (<i>Current Ratio</i>) | : 200% (2) |
| 2. Rasio Cepat (<i>Quick Ratio</i>) | : 150% (1,5) |
| 3. Rasio Kas (<i>Cash Ratio</i>) | : 50% (0,5) |
| 4. Rasio Perputaran Kas (<i>Cash Turnover</i>) | : 10% (0,1) |
| 5. <i>Inventory to Net Working Capital</i> | : 12% (0,12) |

2.1.2 Sales Growth

2.1.2.1 Pengertian *Sales Growth*

Penjualan adalah pembelian suatu (barang atau jasa) dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan merupakan sumber dari pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan, semakin besar pula pendapatan yang diterima perusahaan (Sumiyati & Nafioah, 2021). Pertumbuhan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi dan industri dimana perusahaan tersebut beroperasi (Inda Rosari & Subardjo, 2021). Pertumbuhan ini dilihat dari berbagai segi sales (penjualan), *earning after tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen perlembar saham, dan harga pasar perlembar saham (Widya, 2021).

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menunjukkan perkembangan tingkat penjualan dari tahun ke tahun, pertumbuhan yang meningkat memungkinkan perusahaan akan lebih dapat meningkatkan kapasitas operasi perusahaan (Widiyantoro & Sitorus, 2019). Dengan terjadinya *sales growth* yang dialami perusahaan akan membuat keuntungan perusahaan semakin meningkatkan juga dan akan sejalan dengan jumlah utang yang akan dibayarkan. Tingkat pertumbuhan ini memengaruhi kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan peluang di masa mendatang. Peningkatan penjualan memerlukan aset tambahan, mencerminkan keberhasilan operasional masa lalu, dan dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan di masa mendatang. Perusahaan akan menarik apabila berada pada kondisi pertumbuhan, masa pertumbuhan menentukan lamanya keberadaan perusahaan tersebut salah satunya dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan atau *sales growth* (Prihadi, 2019). *Sales growth* menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualannya secara keseluruhan (Kasmir, 2019). Pertumbuhan penjualan yang tinggi memberikan persepsi positif kepada investor, yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan *Sales Growth* adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dari tahun ke tahun.

2.1.2.2 Jenis-jenis Penjualan

Menurut (Gunawan, 2023) terdapat beberapa jenis penjualan diantaranya:

1. Penjualan Tunai

Penjualan yang bersifat *cash and carry* dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan dan bisa langsung dimiliki oleh pembeli.

2. Penjualan Kredit

Penjualan secara cicil dengan tenggang waktu tertentu rata-rata diatas satu bulan.

3. Penjualan Tender

Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4. Penjualan Ekspor

Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas *letter of credit*.

5. Penjualan Konsinyasi

Penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual. Apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan kepada penjual.

6. Penjualan secara Grosir

Penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau Importir dengan pedagang eceran.

2.1.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Sales Growth

Faktor-faktor yang mempengaruhi *sales growth* menurut Manik dalam (Lestari & Widyawati, 2020) terdapat beberapa faktor, yakni:

1. Kondisi dan kemampuan penjual, Kegiatan transaksi dan pemindahan hak milik secara komersial atas barang maupun jasa itu akan selalu melibatkan

dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua.

2. Situasi pasar yakni jenis pasar, kelompok pembeli atau segmen pasar, daya beli, frekuensi pembelian, keinginan dan kebutuhan.
3. Modal, kemampuan membiayai penelitian pasar yang dilakukan, usaha-usaha untuk mencapai target penjualan (bayar upah, bayar promosi produk), serta kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.
4. Kondisi organisasi perusahaan, penjualan pada perusahaan yang besar akan ditangani oleh bagiannya sendiri yaitu pada bagian penjualan, dimana bagian ini dipegang oleh orang-orang tertentu atau mereka yang ahli dalam bidang penjualan.
5. Faktor lainnya, seperti periklanan, pemberian hadiah dan lain lain

2.1.2.4 Pengukuran *Sales Growth*

Semakin tinggi *sales growth* akan memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal di perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan perhitungan pertumbuhan penjualan di masa yang akan datang, dengan mengurangkan penjualan tahun sekarang dengan penjualan tahun sebelumnya. Menurut (Kasmir, 2019) pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Sales\ Growth = \frac{Penjualan\ (t) - Penjualan\ (t - 1)}{Penjualan\ (t - 1)}$$

Rasio pertumbuhan ini menunjukkan informasi seberapa baik perusahaan dalam meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun.

2.1.2.5 Kriteria Sales Growth

Pertumbuhan penjualan dapat dikatakan baik apabila mencapai 0,05-0,1 jika kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak baik (Aliya H, 2021).

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas dapat menggambarkan efektifitas manajemen secara menyeluruh dengan menunjukkan besar kecilnya tingkat laba yang didapat pada keterkaitan penjualan maupun investasi (Fahmi, 2018:80). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang merupakan hasil bersih dari kebijakan-kebijakan dan keputusan-keputusan manajemen baik dalam mengelola likuiditas, aset, maupun kewajiban perusahaan (Widya, 2021). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan dapat memepertahakan keuntungan yang diperoleh dengan diiringi perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang tinggi (Kasmir, 2019:196). Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan (Analisa fundamental perusahaan) (Widi et al., 2021). Semakin tinggi profitabilitas yang mampu dihasilkan oleh perusahaan, maka semakin besar harapan investor untuk mendapatkan return yang tinggi dari perusahaan (C. D. Wulandari & Damayanti, 2022). Profitabilitas yang didapat perusahaan akan digunakan untuk pembagian deviden para investor dan digunakan juga untuk menambah modal perusahaan untuk memaksimalkan kegiatan operasionalnya (Yulimtinan & Atiningsih, 2021).

Dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu melalui kegiatan operasionalnya. Tingkat profitabilitas mencerminkan efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk mencapai laba, baik dari segi penjualan maupun investasi.

2.1.3.2 Manfaat dan Tujuan Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2019:197), Tujuan penggunaan Profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Sementara itu, manfaat pengukuran profitabilitas sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya tingkat laba yang dihasilkan perusahaan dalam satu periode
2. Untuk mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

3. Untuk mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.3.3 Pengukuran Profitabilitas

Profitabilitas dapat diukur melalui berbagai jenis rasio yang dapat digunakan untuk mengukur dan menilai posisi keuangan suatu perusahaan. Menurut Thian (2022:111) jenis-jenis rasio yang digunakan dalam mengukur profitabilitas yaitu:

1. Hasil pengembalian atas asset (*Return on Assets*)

ROA adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar laba bersih yang diperoleh dari pengelolaan seluruh aset yang dimiliki perusahaan. Rumus untuk menghitung *return on assets*:

$$Return\ on\ Assets = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset}$$

2. Hasil Pengembalian atas Ekuitas (*Return on Equity*)

ROE adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rumus *Return on Equity* sebagai berikut:

$$Return\ on\ Equity = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Ekuitas}$$

3. Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

GPM adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba kotor atas penjualan bersih. Rumus *Gross Profit Margin* sebagai berikut:

$$Gross Profit Margin = \frac{Laba Kotor}{Penjualan Bersih}$$

4. Marjin Laba Operasional (*Operating Profit Margin*)

OPM adalah rasio yang digunakan untuk mengukur presentase laba operasional atas penjualan bersih. Rumus *Operating Profit Margin* sebagai berikut:

$$Operating Profit Margin = \frac{Laba Operasional}{Penjualan Bersih}$$

5. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

NPM adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pendapatan bersih yang diperoleh dari kegiatan penjualan yang telah dilakukan. Rumus *Net Profit Margin* sebagai berikut:

$$Net Profit Margin = \frac{Laba Bersih}{Penjualan Bersih}$$

Dalam penelitian ini penulis memakai *Return on Assets* (ROA) untuk mengukur profitabilitas. ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Semakin besar rasionya semakin bagus karena perusahaan dianggap mampu dalam menggunakan aset yang dimilikinya secara efektif untuk menghasilkan laba.

2.1.3.4 Standar Industri Profitabilitas

Untuk mengambil manfaat dari rasio keuangan, maka memerlukan nilai standar sebagai perbandingan. Salah satu pendekatannya adalah dengan cara membandingkan rasio keuangan perusahaan dengan standar industrinya atau lini usaha dimana perusahaan secara dominan beroperasi. Berikut disajikan rata-rata standar industri profitabilitas menurut Kasmir (2019:208) adalah sebagai berikut:

- | | |
|---|-------------|
| 1. <i>Return on Assets</i> (ROA) | : 30% (0,3) |
| 2. <i>Return on Equity</i> (ROE) | : 40% (0,4) |
| 3. <i>Gross Profit Margin</i> (GPM) | : 30% (0,3) |
| 4. <i>Operating Profit Margin</i> (OPM) | : 10% (0,1) |
| 5. <i>Net Profit Margin</i> (NPM) | : 20% (0,2) |

2.1.4 Nilai Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Suatu harga saham yang meningkat dapat dikatakan apabila nilai suatu perusahaan bisa memberikan kemakmuran pada pemegang saham karena sebagai nilai pasar yang dimaksud dengan nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2018). Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Paradila et al., 2019). Nilai perusahaan mencerminkan nilai saat ini dari suatu pendapatan yang diinginkan di masa yang akan datang dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan

yang dapat dilihat dari pengukuran kinerja keuangan perusahaan tersebut (Ratnasari & Utiyati Sri, 2021).

Nilai perusahaan adalah alat untuk mempengaruhi perspektif investor terhadap perusahaan, karena nilai perusahaan dipandang dapat memberikan gambaran mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya (C. D. Wulandari & Damayanti, 2022). Investor dan kreditur akan lebih cenderung memilih perusahaan yang memiliki nilai tinggi dan dianggap lebih stabil dan menarik dari pada perusahaan dengan nilai rendah. Perusahaan yang sudah *go public* harus terus meningkatkan nilai perusahaan agar dapat menarik minat investor (Puri & Lisiantara, 2023).

Dapat disimpulkan nilai perusahaan menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat dan investor terhadap perusahaan berdasarkan hasil operasional, pengelolaan sumber daya, serta pencapaian perusahaan selama periode tertentu. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.1.4.2 Jenis-jenis Nilai Perusahaan

Banyaknya pendapat atau definisi nilai perusahaan yang berbeda menurut sudut pandang yang berbeda pula, maka nilai perusahaan juga bermacam-macam. Menurut Risman (2021:6), pada umumnya terdapat jenis-jenis Nilai Perusahaan terdiri dari:

1. Nilai Nominal

Nilai Nominal adalah nilai yang tertera pada anggaran dasar perusahaan biasanya pada saat didirikan atau sesuai akta perubahan. Sebelum

perdagangan saham dilakukan tanpa warkat, maka nilai nominal juga tertulis warkat saham yang diperdagangkan di bursa efek.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar (*market price*) adalah harga yang terjadi di pasar melalui mekanisme tawar-menawar di pasar saham. Nilai pasar saham perusahaan ini akan ada bila perusahaan sudah listing di bursa efek.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik adalah nilai yang diperoleh dari perhitungan dalam analisis fundamental perusahaan, biasanya nilai ini digunakan untuk menilai harga saham perusahaan tertentu dan untuk pengambilan keputusan oleh para investor dan manajer investasi.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan dihitung berdasarkan keperluan pembukuan (akuntansi) yaitu selisih antara total aset dan total utang dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

2.1.4.3 Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2022:155) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, terdiri dari:

1) Struktur Modal

Struktur modal dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu tanggung jawab manajer keuangan adalah mengatur kebijakan pendanaan kegiatan investasi perusahaan yang dapat memaksimalkan harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan.

2) Likuiditas

Likuiditas dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena mencerminkan ukuran-ukuran kinerja manajemen, dilihat dari seberapa baik manajemen dapat mengelola kerja yang dibiayai dari utang lancar dan saldo kas perusahaan.

3) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu tugas manajer keuangan perusahaan adalah mencapai kombinasi keuangan yang optimal berdasarkan berbagai jenis penilaian kinerja perusahaan.

4) Profitabilitas

Profitabilitas memiliki hubungan kausalitas dengan nilai perusahaan. Hubungan ini menunjukkan bahwa kinerja manajemen perusahaan yang baik diukur dari dimensi profitabilitas dalam kondisi yang baik maka akan berpengaruh positif terhadap keputusan investor untuk menanamkan sahamnya di pasar modal.

2.1.4.4 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Weston & Copeland dalam buku Silvia Indrarini (2019:15-16) pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari:

1) *Price to Book Value*

Price to Book Value merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Semakin tinggi PBV semakin sukses perusahaan

menciptkan nilai bagi investor, Jika rendahnya PBV maka adanya penurunan kualitas kerja fundamental emiten yang bersangkutan. Rumus *Price to Book Value* sebagai berikut:

$$\text{Price to Book Value} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

2) *Price Earning Ratio*

Price Earning Ratio merupakan harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. PER yang tinggi menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi, karena PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, Dengan mengetahui *Price Earning Ratio* apakah harga saham tergolong wajar atau tidak secara real bukan perkiraan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Price per share}}{\text{Earning per share}}$$

Keterangan:

Price Earning Ratio : Nilai harga saham

Price per Share : Harga saham per lembar

Earning per Share : Laba per saham

3) *Tobin's Q*

Tobin's Q merupakan nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset perusahaan. Perusahaan dengan *Tobin's Q* tinggi $q > 1,00$ Mengidentifikasi bahwa kesempatan investasi

lebih baik, memiliki pertumbuhan yang tinggi dan manajemen yang baik.

Rumus Tobin's Q sebagai berikut:

$$Q = \frac{(MVE + D)}{Total Asset}$$

Keterangan :

Q : Nilai perusahaan

MVE : Nilai pasar ekuitas

D : Nilai buku dari total hutang

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah *price to book value*. *Price to book value* digunakan untuk melihat berapa besar tingkat *undervalued* maupun *overvalued* harga saham yang dihitung berdasarkan nilai buku setelah dibandingkan dengan harga pasar. Semakin tinggi rasio *price to book value* ini maka akan berpengaruh terhadap harga saham dari perusahaan yang bersangkutan karena semakin tinggi rasio maka semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai (*return*) bagi pemegang saham dan semakin besar rasio PBVnya, semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor. Semakin tinggi PBV berarti perusahaan dapat dikatakan berhasil menciptakan nilai dan kemakmuran pemegang saham (Widyantari & Yadnya, 2017).

2.1.5 Kajian Empiris

Penelitian ini dilakukan dengan merujuk pada penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis sebagai pendukung dalam penelitian ini, diantaranya:

Penelitian Puri et al., (2023) meneliti mengenai “Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel

Intervening (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Sektor Industri Barang Konsumsi periode 2019-2021)” menyimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Iman et al., (2021) meneliti mengenai “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan” menunjukkan bahwa likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Inda Rosari & Subardjo (2021) meneliti mengenai “Pengaruh Keputusan Pendanaan, *Firm Size*, Dan *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi” menunjukkan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Widi et al., (2021) meneliti mengenai “Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Arus Kas Bebas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening*” menunjukkan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Yulimtinan & Atiningsih (2021) meneliti mengenai “*Leverage* Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi” menunjukkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Ratnasari & Utiyati Sri (2021) meneliti mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI)” menunjukkan

profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Setyawan (2019) meneliti mengenai “Pengaruh *Free Cash Flow*, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan *Dividen* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Emiten Sub-Sektor Perdagangan Eceran Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)” menunjukkan Profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian putra & Candra (2024) meneliti mengenai “Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas, Aktivitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan” menunjukkan likuiditas, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan,

Penelitian Wulandari & Damayanti (2022) meneliti mengenai “Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening*” menunjukkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Apriliyanti et al., (2019) meneliti mengenai “Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Deviden, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi” menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Fajriah et al., (2022) meneliti mengenai “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai

Perusahaan” menunjukkan pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Dolontelide & Wangkar (2019) meneliti mengenai “Pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” menunjukkan *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Tamba et al., (2020) meneliti mengenai “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Likuiditas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di BEI” menunjukkan pertumbuhan penjualan tidak berdampak dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berdampak positif dan signifikan dalam nilai perusahaan, likuiditas tidak berdampak dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian Wijaya & Fitriati (2022) meneliti mengenai “Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan” menunjukkan likuiditas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Rosalia et al., (2022) meneliti mengenai “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, *Sales Growth*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)” menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *sales growth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Mahanani & Kartika (2022) meneliti mengenai “Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan” menunjukkan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Priyatama & Pratini (2021) meneliti mengenai “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, Dan Transportasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)” menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Hutami & Sofie (2022) meneliti mengenai “Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan Selama Masa Pandemi Covid-19” menunjukkan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Maryadi & Djohar (2023) meneliti mengenai “Pengaruh Perencanaan Pajak, Manajemen Laba, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)” menunjukkan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian Afinindy et al., (2021) meneliti mengenai “*The Effect Of Profitability, Firm Size, Liquidity, Sales Growth On Firm Value Mediated Capital Structure*” menunjukkan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan rujukan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan, maka untuk melihat kebaruan dari penelitian yang akan dilakukan, disajikan pada table 2.1 mengenai persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan rencana penelitian.

Tabel 2. 1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis

No	Nama, Tahun dan Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Puri et al., (2023) perusahaan manufaktur dari sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021	Variabel X: -Likuiditas -Profitabilitas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel Z: -Struktur modal Metode: Analisis regresi berganda Alat: SPSS	Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Vol 6, No 1, 2023 P-ISSN: 2622-2191 E-ISSN: 2622-2205
2	Iman et al., (2021) perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020	Variabel X: -Likuiditas -Profitabilitas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Metode: SEM-PLS Alat: SmartPLS	Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ekonomi & Manajemen, Volume 19 No. 2 September 2021 P-ISSN 1411-8637 E-ISSN 2550-1178
3	Inda Rosari & Subardjo (2021) perusahaan <i>food and baverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019.	Variabel X: -Sales growth Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -Keputusan pendanaan - Firm size Variabel Z: -Profitabilitas Metode: Analisis regresi berganda dan Analisis jalur Alat: SPSS	<i>sales growth</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan,	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi: Vol 10, No 3, Maret 2021 E-ISSN: 2460-0585
4	Widi et al., (2021) perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek	Variabel X: -Likuiditas Variabel Y:	Variabel X: -Struktur modal	likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ekobisman Vol 6. NO.1

	Indonesia 2014-2018	periode	-Nilai perusahaan Alat: <i>Eviews</i>	-Arus kas bebas -Ukuran perusahaan Variabel Z: -Profitabilitas Metode: Analisis regresi berganda		Agustus 2021 P- ISSN: 2528-4304 E-ISSN: 2597-9302
5	Yulimtinan & Atiningsih (2021)	perusahaan sektor otomotif dan sektor logam yang terdaftar di BEI periode 2015-2019	Variabel X: -Pertumbuhan penjualan Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: - <i>Leverage</i> -Ukuran perusahaan Variabel Z: -Profitabilitas Metode: Analisis PLS Alat: <i>SmartPLS</i>	pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis Vol 6, No 1, Juni 2021, Hal 69 – 82 ISSN Print: 2548-7523 E-ISSN: 2613-8956
6	Ratnasari & Utiyati Sri (2021) Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2019		Variabel X: -Likuiditas -Profitabilitas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: - <i>Leverage</i> Metode: Analisis regresi linier berganda Alat: SPSS	profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ilmu dan Riset Manajeme n : Vol 10, No 2, Februari 2021 E- ISSN: 2461-0593
7	Setyawan (2019) Pada Perusahaan Emiten Sub-Sektor Perdagangan Eceran Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2012-2017		Variabel X: -Likuiditas -Profitabilitas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: - <i>Free cash flow</i> Variabel Z: -Kebijakan <i>dividen</i> Metode: Analisis jalur Alat: Amos 19	Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan	JMM Online Vol. 3 No.7 Juli (2019) 815 – 830 Kresna BIP. ISSN 2614-0365 e-ISSN 2599-087X
8	putra & Candra (2024)	Perusahaan Sektor Energy yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2023	Variabel X: -Likuiditas -Profitabilitas Pertumbuhan Penjualan Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -Solvabilitas Metode: Analisis regresi linier berganda Alat: SPSS	likuiditas, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ilmiah MEA (Manajeme n, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 8 No. 3, 2024 P- ISSN;

						2541-5255 E-ISSN: 2621-5306 Page 3099
9	Wulandari & Damayanti (2022) pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.	Variabel X: -Likuiditas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -Struktur modal -Ukuran perusahaan Variabel Z: -Profitabilitas Metode: -Analisis regresi linier berganda -Analisis jalur Alat: SPSS	likuiditas berpengaruh terhadap perusahaan	tidak positif nilai	Jurnal JAMAN Vol 2 No. 1 April 2022 – P ISSN: 2828-691X, E ISSN: 2828-688X, Halaman 01-18
10	Apriliyanti et al., (2019) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama Tahun 2016-2018	Variabel X: -Pertumbuhan penjualan -Profitabilitas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -Kebijakan hutang -Kebijakan deviden -Kesempatan investasi Variabel Z: -Ukuran perusahaan Metode: Analisis regresi berganda Alat: SPSS	profitabilitas berpengaruh terhadap perusahaan, Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap perusahaan	tidak positif nilai	Jurnal Magister Akuntansi Trisakti (Online) Vol. 6 No. 2 September 2019 : 201-224 ISSN: 2339-0859
11	Fajriah et al., (2022) perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019	Variabel X: -Pertumbuhan penjualan Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -Pertumbuhan perusahaan Metode: Analisis regresi linier berganda	Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.		Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol 7, No 1, Juni 2022 ISSN: 2528-1208 (print), ISSN: 2528-2077 (online)
12	Dolontelide & Wangkar (2019) perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.	Variabel X: - Sales growth Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: - Firm Size Metode: Analisis regresi linier berganda	Sales berpengaruh terhadap perusahaan.	growth positif nilai	Jurnal EMBA Vol.7 No.3 Juli 2019, Hal. 3039–

			Alat: SPSS		3048 ISSN 2303-1174
13	Tamba et al., (2020) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017	Variabel X: -Pertumbuhan penjualan -Likuiditas -Profitabilitas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -kebijakan dividen -Tempat penelitian Metode: Regresi linier berganda Alat: SPSS	Pertumbuhan penjualan tidak berdampak dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berdampak positif dan signifikan dalam nilai perusahaan, likuiditas tidak berdampak dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan	Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi Vol 4 No 2, Agustus 2020 E – ISSN: 2548-9224 P-ISSN: 2548-7507
14	Wijaya & Fitriati (2022) perusahaan <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020	Variabel X: -Likuiditas -Profitabilitas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -Ukuran Perusahaan -Struktur Modal Metode: Analisis regresi linier berganda Alat: SPSS	likuiditas memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan	: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 4, Number 12, 2022 P-ISSN: 2622-2191 E-ISSN: 2622-2205
15	Rosalia et al., (2022) Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019	Variabel X: -Profitabilitas - <i>Sales Growth</i> Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -Struktur Modal -Kebijakan Dividen Ukuran Perusahaan Metode: Analisis regresi linier berganda Alat: SPSS	profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>sales growth</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Akuntansi dan Pajak 22 (02), ISSN1412- 629X 1 E- ISSN2579- 3055
16	Mahanani & Kartika, (2022) Perusahaan manufaktur sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018- 2021.	Variabel X: -Likuiditas -Profitabilitas Variabel Y: -Nilai perusahaan	Variabel X: -Struktur Modal -Ukuran Perusahaan Metode: Analisis regresi berganda Alat: SPSS	likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 5, Number 1, 2022 P-ISSN: 2622-2191

E-ISSN:
2622-2205

17	Priyatama & Pratini (2021) Pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, Dan Transportasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018	Variabel X: -Profitabilitas -Likuiditas Variabel Y: -Nilai perusahaan Metode: Data panel Alat: <i>Eviews</i>	Variabel X: -Struktur Modal -Ukuran Perusahaan Metode: Analisis linier berganda	profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 12(1), Mei 2021, 100-106 ISSN 2580-6882 (Online), ISSN 2087-5304 (Print)
18	Hutami & Sofie (2022) perusahaan sektor Infrastruktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia BEI 2020-2021	Variabel X: -Likuiditas -Sales Growth Variabel Y: -Nilai Perusahaan	Variabel X: -Solvabilitas	likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan sales growth tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ekonomi Vol. 2 No. 2 Oktober 2022 : hal : 1529-1540 http://dx.doi.org/10.25105/jet.v2i2.14687 e-ISSN 2339-0840
19	Maryadi & Djohar (2023) Pada Perusahaan Subsektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020	Variabel X: -Pertumbuhan Penjualan Variabel Y: -Nilai Perusahaan Metode: Regresi data panel Alat: <i>eviews</i>	Variabel X: -Perencanaan Pajak -Manajemen Laba	pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Jurnal Revenue Akuntansi Vol. 3, No. 2, Februari 2023 p-ISSN : 2723-6498 e-ISSN: 2723-6501
20	Afinindy et al., (2021) perusahaan <i>Food and beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2018	Variabel X: -Liquidity -Sales growth - Profitability Variabel Y: -Firm value	Variabel X: -Firm size Variabel Z: -Capital structure Metode: PLS	Likuiditas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan	<i>International Journal of Business, Economics and Law</i> , Vol. 24, Issue 4 (June) 2021 ISSN 2289-1552

Alfira Sephiani (2025)

Pengaruh Likuiditas, Sales Growth dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Survei pada Perusahaan Subsektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2023)

2.2 Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi yang sangat pesat berdampak pada perekonomian Indonesia, dalam era globalisasi memunculkan persaingan usaha yang sangat fluktuatif. Investor memegang peranan penting dalam proses pengembangan dan pertumbuhan perusahaan karena modal yang mereka tanamkan menjadi sumber pembiayaan aktivitas bisnis. Sebelum memutuskan untuk berinvestasi, investor melakukan evaluasi menyeluruh terhadap perusahaan calon investasi, yang mencakup aspek legalitas, prospek bisnis, struktur modal, serta potensi keuntungan dan risiko yang akan dihadapi. Investor cenderung menaruh minat pada perusahaan yang mampu menghadapi dinamika pasar dengan strategi yang efektif, efisiensi operasional, inovasi yang berkelanjutan serta perusahaan yang memiliki nilai tinggi dan dianggap lebih stabil dan menarik dari pada perusahaan dengan nilai rendah (Puri & Lisiantara, 2023).

Nilai perusahaan berhubungan terhadap harga saham. Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Jadi semakin tinggi rendahnya harga saham suatu perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan tersebut (Harmono, 2022). Nilai perusahaan adalah alat untuk mempengaruhi perspektif investor terhadap perusahaan, karena nilai perusahaan dipandang dapat memberikan gambaran mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya (C. D. Wulandari & Damayanti, 2022).

Nilai Perusahaan ini menggunakan indikator *Price to book value*, *Price to book value* digunakan untuk melihat berapa besar tingkat *undervalued* maupun *overvalued* harga saham yang dihitung berdasarkan nilai buku setelah dibandingkan dengan harga pasar. Semakin tinggi PBV maka semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai (*return*) bagi pemegang saham dan semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor.

Likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang akan jatuh tempo. Likuiditas merupakan keahlian suatu perusahaan dengan melengkapi jangka pendeknya secara tepat waktu (Fahmi, 2018:65). Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut termasuk perusahaan yang likuid maksudnya memiliki posisi aktiva lancar lebih besar daripada hutang lancar dan begitupun sebaliknya (Hery, 2018:149). Mengukur likuiditas ini menggunakan *current ratio* (CR) yaitu suatu perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. *Current Ratio* yang tinggi dapat menunjukkan bahwa jumlah aset akan lebih besar dari kewajiban jangka pendeknya, dengan demikian artinya perusahaan dapat membiayai kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan total aset lancar.

Namun rasio lancar yang tinggi dapat menunjukkan adanya uang kas berlebih yang berarti besarnya keuntungan yang telah diperoleh tidak digunakannya keuangan perusahaan secara efektif (Setyawan, 2019). Tingkat likuiditas yang tinggi pada perusahaan akan menjadi sinyal negatif untuk para investor yang membuat investor tidak tertarik untuk melakukan investasi. Dengan begitu

permintaan saham akan menurun, harga saham akan semakin rendah sehingga berdampak pada nilai perusahaan yang menurun (Priyatama & Pratini, 2021). Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Setyawan (2019) dan Wijaya & Fitriati (2022) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, tetapi terdapat penelitian lain Widi et al., (2021) yang menyatakan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menunjukkan perkembangan tingkat penjualan dari tahun ke tahun, pertumbuhan yang meningkat memungkinkan perusahaan akan lebih dapat meningkatkan kapasitas operasi perusahaan (Widiyantoro & Sitorus, 2019). Dengan terjadinya *sales growth* yang dialami perusahaan akan membuat keuntungan perusahaan semakin meningkatkan juga dan akan sejalan dengan jumlah utang yang akan dibayarkan. Tingkat pertumbuhan ini memengaruhi kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan peluang di masa mendatang. *Sales growth* menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualannya secara keseluruhan (Kasmir, 2019). *Sales growth* ini diukur dengan membandingkan penjualan dalam satu periode dengan periode sebelumnya.

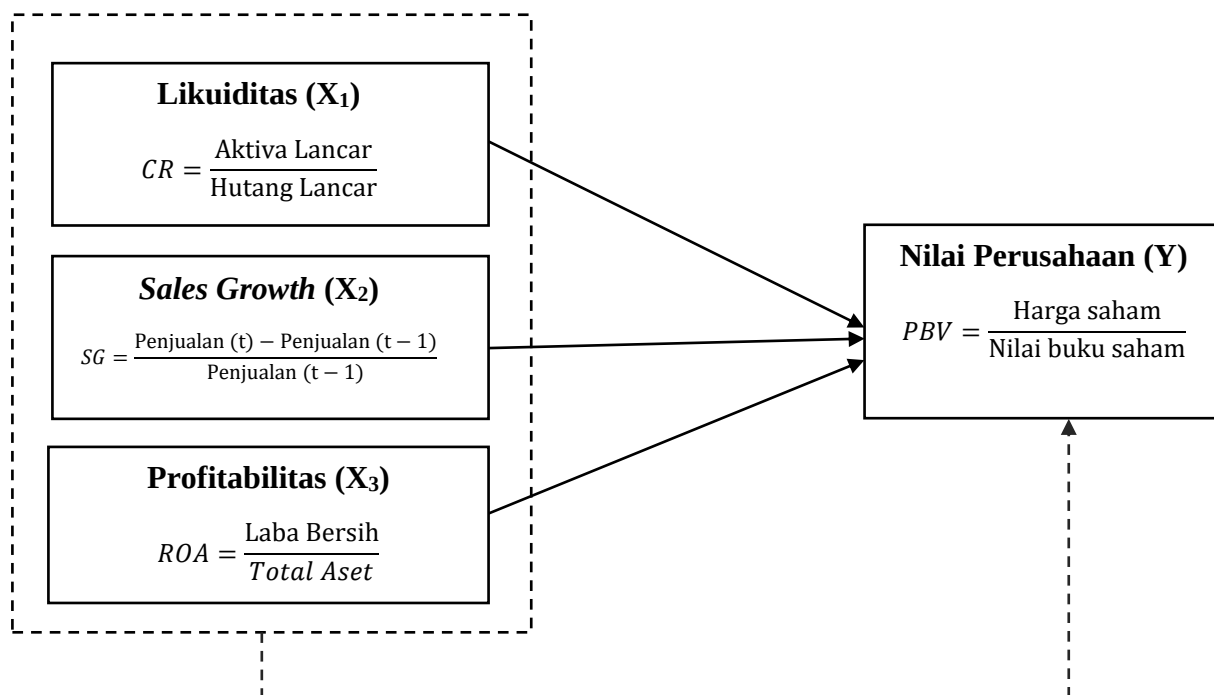
Perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan nilai perusahaan dengan melihat data penjualan dimasa lalu sehingga investor dapat memperkirakan keuntungan yang akan didapat dimasa depan (Tamba et al., 2020). Pertumbuhan penjualan yang tinggi memberikan persepsi positif kepada investor, yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Yulimtinan & Atiningsih (2021),

Widya (2021) dan Dolontelide & Wangkar (2019) menyatakan bahwa *Sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi terdapat penelitian lain Inda Rosari & Subardjo (2021) yang menyatakan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan dapat memepertahakan keuntungan yang diperoleh dengan diiringi perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang tinggi (Kasmir, 2019:196). Profitabilitas perusahaan dapat dijadikan sebagai variabel penentu oleh investor untuk mengetahui prospek perusahaan di masa mendatang. Semakin tinggi profitabilitas yang mampu dihasilkan oleh perusahaan, maka semakin besar harapan investor untuk mendapatkan *return* yang tinggi dari perusahaan (Wulandari & Damayanti, 2022).

Dalam penelitian ini menggunakan indikator ROA, *Return on Assets* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan. Dalam suatu perusahaan apabila profitabilitas baik, maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan investor akan melihat sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan (Wulandari & Suryono, 2018). Hal ini diperkuat oleh penelitian Inda Rosari & Subardjo (2021), Widi et al., (2021) dan Yulimtinan & Atiningsih (2021) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai

perusahaan, tetapi terdapat penelitian lain Apriliyanti et al., (2019) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



Keterangan:

- = Pengaruh secara parsial
- = Pengaruh secara simultan

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan kerangka pemikiran dan tinjauan pustaka yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Likuiditas secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
2. *Sales Growth* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
3. Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

4. Likuiditas, *Sales Growth* dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan