

Pengaruh Profitabilitas, *Sales Growth*, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Nurfadilah Mubarakah¹ Triyani Budyastuti²

Universitas Mercu Buana -¹nurfadilahmubarakah25@gmail.com

-²Triyanibudyastuti@mercubuana.ac.id

Abstrak— Firm value reflects investor's perception of a company's performance and future prospects. The transportation and logistics sector in Indonesia plays a crucial role in supporting economic activities, but it is highly vulnerable to various global disruptions, such as the COVID-19 pandemic, geopolitical influences, and supply chain uncertainties. Additionally, this sector also faces internal challenges such as rising operational costs, changes in government regulations, and demands for efficiency from consumers and investors. Where previous research on the influence of profitability, sales growth, and liquidity on firm value has generated inconsistent results, further empirical testing is needed. This study aims to analyze the influence of profitability, sales growth, and liquidity on firm value in transportation and logistics sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2020–2024. Data collection was carried out using a purposive sampling technique, with a total sample of 110 data from 22 mining sector companies for 5 years. Firm value is measured using the Price-to-Book Value (PBV) ratio, profitability using Return on Assets (ROA), sales growth with annual revenue growth, and liquidity with the Current Ratio (CR). Data processing was carried out using SPSS Version 31.1.1. The findings of this study indicate that profitability have negative significant effect on firm value, Sales growth have a positive insignificant effect on firm value and liquidity demonstrates a positive significant influence on firm value.

Keywords: Profitability, Sales Growth, Liquidity, Firm Value.

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan persaingan perusahaan menjadi semakin kompetitif di era globalisasi saat ini. Pada tahun 2020 telah terjadi pandemi covid-19 yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi di berbagai negara termasuk Indonesia. Salah satunya adalah industri manufaktur dengan sektor transportasi dan logistik, dikarenakan pada saat pandemi tersebut terdapat pembatasan aktifitas sosial dan mobilitas yang menyebabkan terganggunya rantai pasok global dan penurunan permintaan konsumen yang menyebabkan penurunan aktivitas investasi dimana kondisi tersebut membuat kepercayaan investor menurun. Ketidakpastian ekonomi tersebut muncul dalam berbagai aspek, mulai dari pemutusan hubungan kerja secara masal yang mengakibatkan berkurangnya pendapatan masyarakat. Situasi tersebut membuat masyarakat semakin selektif dalam membelanjakan uangnya. Hal tersebut menyebabkan penurunan permintaan barang dan jasa yang mengakibatkan penurunan laba pada perusahaan tersebut (djkn.kemenkeu.go.id yang di akses tanggal 12 April 2023). Tidak hanya itu biaya operasional perusahaan semakin meningkat akibat penerapan protokol kesehatan yang ketat dari pemerintah. Pada tahun 2021 menjadi awal pemulihan ekonomi di Indonesia setelah terdampak pandemi covid-19. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 yang menunjukkan tren pertumbuhan ekonomi pada saat dan setelah covid-19.

Gambar 1 Tren Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV – 2024



Sumber: Badan Pusat Statistik. (2025). www.bps.go.id

Ketidakpastian geopolitik, lonjakan bahan baku, fluktuasi nilai tukar mata uang dan persaingan yang semakin ketat sangat mempengaruhi stabilitas ekonomi dan iklim investasi. Salah satu contoh ketidakpastian geopolitik setelah terdampak ini terlihat dari beberapa peristiwa global seperti perang

dagang antara Amerika Serikat dan Tiongkok, konflik antara Rusia dan Ukraina, serta meningkatnya ketegangan di kawasan Timur Tengah. Dimana semua tersebut berdampak pada rantai pasok global.

Nilai perusahaan ialah sebuah gambaran bagaimana pasar menilai kinerja dan masa depan perusahaan, dimana hal tersebut menjadi landasan penting dalam keuangan (I. W. Putra et al., 2021). Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi aspek yang krusial dalam kesejahteraan pemegang saham, di mana semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi juga kemakmuran pemegang saham, sehingga para pemegang saham tidak memiliki keraguan dalam menginvestasikan modalnya terhadap perusahaan (Fitria & Kuraesin, 2022). Pada umumnya perusahaan didirikan dengan dua tujuan, untuk memberikan kesejahteraan para pemegang saham dimana tujuan jangka pendeknya ialah untuk menghasilkan laba tinggi, sedangkan jangka panjangnya untuk meningkatkan nilai perusahaan (Natalie & Lisiantara, 2022).

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, seperti keputusan investasi, pendanaan, struktur modal, kebijakan dividen, pertumbuhan, serta ukuran perusahaan. Namun, faktor-faktor tersebut tidak selalu konsisten (Assagaf, 2024:5-6). Ada beberapa faktor lainnya yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Dalam salah satu penelitian, likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan diidentifikasi sebagai faktor utama yang dapat memengaruhi nilai perusahaan (Defni & Rahayu, 2021).

Profitabilitas yang diukur dengan laba bersih sering digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai kinerja dan kondisi kesehatan keuangan suatu perusahaan. Untuk menilainya dengan melalui salah satu rasio profitabilitas yaitu *Return On Asset* (ROA), rasio tersebut untuk mengukur sejauh mana perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba dan seberapa efektif manajemen dalam mengelola pendapatan dan investasi yang dimiliki perusahaan (Muchtar, 2021:90). Penelitian oleh (Ali et al., 2023) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada hasil penelitian sebelumnya (Jufrizen & Al Fatin, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi akibat pengelolaan laba yang kurang optimal.

Sementara *sales growth* bisa digambarkan dengan seberapa besar peningkatan penjualan secara kuantitatif yang berhasil dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu (Yeni et al., 2024:47). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Herdiani et al., 2021) menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut membuktikan bahwa tingginya peningkatan penjualan jika tidak dibarengi dengan perputaran piutang lancar maka akan menjadi sinyal negatif oleh pasar. Karena meskipun penjualan meningkat belum tentu diakui sebagai pendapatan dan masuk ke kas. Hal tersebut memicu gangguan pada pencatatan *cash flow* perusahaan.

Di sisi lain, likuiditas menggambarkan seberapa besar kesanggupan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Kemampuan tersebut sangat penting untuk perusahaan menjaga kestabilan kondisi keuangannya (Eko Putranto & Martini, 2025). Hal tersebut dapat diukur dengan current rasio. Penelitian yang dilakukan (Natalie & Lisiantara, 2022) bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chairani & Fitria, 2023) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dinilai bahwa perusahaan tidak produktif dalam pemanfaatan aset lancarnya.

Teori sinyal (*Signalling Theory*) menjelaskan bagaimana manajemen menyampaikan informasi kepada investor melalui sinyal yang dapat dipahami pihak luar. Tidak semua sinyal memiliki nilai yang sama, ada yang penting, ada pula yang kurang relevan. Secara umum, teori ini menekankan bahwa perusahaan memberikan sinyal mengenai kondisi dan prospek bisnisnya, biasanya melalui laporan keuangan yang memerlukan analisis mendalam agar maknanya jelas (Gama et al., 2024). Manajer berupaya membangun kepercayaan investor dengan menyajikan informasi penting melalui laporan keuangan untuk mengurangi asimetri informasi (Yoswandri & Lestari, 2024). Dalam konteks ini, *sales growth*, profitabilitas, dan likuiditas menjadi sinyal penting bagi investor. Sinyal positif dapat mendorong minat beli saham, sedangkan sinyal negatif bisa memicu penjualan, sehingga memengaruhi fluktuasi harga saham di pasar modal (Manurung & Hasyim, 2024).

Agency Theory menjelaskan hubungan antara prinsipal sebagai pemberi kepercayaan dan agen sebagai pelaksana. Prinsipal memberi wewenang kepada agen untuk mengelola aset perusahaan, namun agen kadang bertindak demi kepentingan pribadi sehingga memunculkan konflik (Widnyana & Purbawangsa, 2024). Untuk mengurangi konflik, teori keagenan menekankan pentingnya struktur

modal. Salah satu konflik umum adalah terkait kelebihan kas, di mana manajemen cenderung mempertahankannya demi kontrol lebih besar. Penggunaan utang dapat menjadi solusi karena menciptakan kewajiban yang membatasi kontrol penuh manajemen atas kas. Dengan demikian, manajemen terdorong lebih disiplin dalam penggunaan dana perusahaan (Muliana & Ahmad, 2021).

Nilai perusahaan ialah sebuah gambaran bagaimana pasar menilai kinerja dan masa depan perusahaan, dimana hal tersebut menjadi landasan penting dalam keuangan (R. K. Putra & Candra, 2024). Memaksimalkan nilai perusahaan berarti meningkatkan kesejahteraan investor. Harga saham merupakan harga yang dikeluarkan oleh investor sebagai bentuk kepemilikan perusahaan tersebut. Price to Book Value (PBV) adalah salah satu rasio yang digunakan untuk melihat sejauh mana pasar menilai saham terhadap nilai bukunya. Hal ini dilakukan dengan ditunjukkan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku yang dihitung sebagai hasil bagi modal saham dengan jumlah saham yang tersisa. (YULIUSMAN & PUTRA, 2022:41)

$$PBV = \frac{HPS \text{ (Harga Pasar Saham)}}{NB \text{ (Nilai Buku)}}$$

Nilai Buku (NB) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Buku Per Lembar} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kurun waktu tertentu dengan aktiva yang dimiliki (E. I. Siregar, 2021:6). Dengan ini profitabilitas menjadi salah satu indikator penting untuk melihat bagaimana kondisi sebuah perusahaan. untuk menilainya, diperlukan alat bantu seperti rasio-rasio. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA). Rasio ini digunakan untuk menilai seberapa baik manajemen menjalankan usahanya, terutama dalam menghasilkan keuntungan dari penjualan maupun investasi. Rasio ini membantu kita memahami seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan menunjukkan seberapa efektifitas strategi dan keputusan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan (Muchtar, 2021:90). Rumus untuk menghitung ROA sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Sales growth bisa diartikan sebagai seberapa besar peningkatan penjualan secara kuantitatif yang berhasil dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu dan bisa menjadi gambaran tentang potensi penjualan dimasa depan. Hal tersebut biasanya digunakan investor dalam indikator melihat prospek kinerja perusahaan (Yeni et al., 2024:89). Untuk mengukur pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*), digunakan rumus sebagai berikut:

$$PP = \frac{\text{Pert. Penjualan } n - \text{Pert. Penjualan } (n-1)}{\text{Pert. Penjualan } (n-1)}$$

Dimana:

PP = Pertumbuhan Penjualan

Pert. Penjualan n = Penjualan Perusahaan Tahun Berjalan

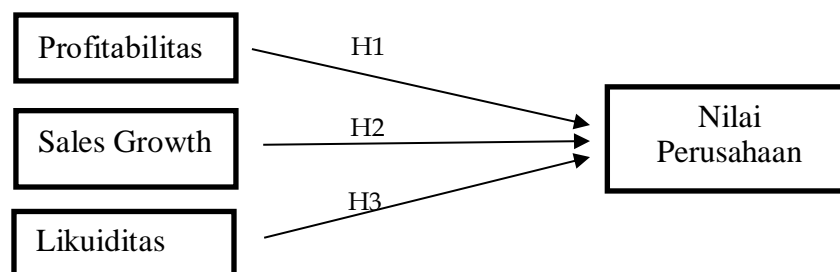
Pert. Penjualan (n – 1) = Penjualan Perusahaan Tahun Sebelumnya

Likuiditas adalah seberapa siap perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dalam kurun waktu yang telah ditentukan (Tri Siswantini, 2025:26). Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi utang atau kewajiban jangka pendeknya dengan tepat waktu (Parlina et al., 2023:4). Dalam penelitian ini rasio yang digunakan adalah *current rasio*, menurut (Saksono et al., 2023:56) Current Rasio adalah rasio yang digunakan untuk melihat seberapa sanggup perusahaan memenuhi utang jangka pendeknya saat ditagih, dengan mengandalkan aset lancarnya. Rasio ini dihitung dengan cara membagi total aset lancar dengan total kewajiban lancar:

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Menurut (Zahra Syahputri et al., 2023) kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah landasan berpikir dari sebuah penelitian yang disusun berdasarkan fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Dalam kerangka pemikiran ini, variabel-variabel penelitian dapat dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan masalah yang sedang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan pada penelitian tersebut.

Gambar 2 Kerangka Konseptual



2. METODE

Dalam penelitian ini, waktu penelitian dimulai pada April 2025 sampai dengan Mei 2025. Hal tersebut mencakup dengan proses pengumpulan data, pengolahan data, dan selanjutnya analisis data. Adapun tempat penelitian ini tidak dilakukan secara langsung di lokasi fisik perusahaan, melainkan menggunakan pendekatan dokumentasi melalui data sekunder. Sumber utama data berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang telah go public, yang diunduh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) periode tahun 2020-2024. Oleh karena itu, tempat penelitian dapat dikategorikan sebagai penelitian berbasis online data collection dari sumber resmi yang telah tersedia secara publik.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kausal. Menurut (sangadji & sopiah, 2024:92) penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk melihat bagaimana hubungan antara variabel bebas (*variabel independent*) terhadap variabel terikat (*variabel dependen*), sekaligus mengathui seberapa kuat kaitan untuk keduanya. Jenis penelitian ini menggunakan data yang telah tersedia setelah suatu peristiwa atau kejadian berlangsung, sehingga analisis yang dilakukan berdasarkan fakta yang berlaku.

Tabel 1 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Pengukuran	Skala
1.	Variabel Dependen Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{HPS \text{ (Harga Pasar Saham)}}{NB \text{ (Nilai Buku)}}$	Rasio
2	Variabel Independen Profitabilitas (X1)	$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio
3	Variabel Independen Sales Growth (X2)	$PP = \frac{\text{Pert. Penjualan } n - \text{Pert. Penjualan } (n-1)}{\text{Pert. Penjualan } (n-1)}$ Dimana: PP = Pertumbuhan Penjualan Pert. Penjualan n = Penjualan Perusahaan Tahun Berjalan Pert. Penjualan (n-1) = Penjualan Perusahaan Tahun Sebelumnya	Rasio
4	Variabel Independen Likuiditas (X3)	$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$	Rasio

Menurut (Rezeki et al., 2025:33) populasi adalah sekumpulan individu, objek, atau peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus utama dalam penelitian karena dianggap relevan dengan tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang diambil dan digunakan dalam penelitian untuk mewakili keseluruhan, sehingga analisis dapat dilakukan dengan lebih efisien dan tetap mencerminkan kondisi populasi secara umum.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2024. Adapun sektor yang dipilih adalah sektor transportasi dan logistik. Prosedur yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling* dimana pengertian *purposive sampling* merupakan teknik sampel yang diambil dengan kriteria atau tujuan tertentu (Fatihudin, 2025:248).

Tabel 2 Kriteria Sampel Penelitian

No	Keterangan	Sampel
1	Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024.	37
2	Perusahaan yang baru IPO ditahun penelitian.	(9)
3	Perusahaan yang menunjukkan tren penurunan penjualan secara konsisten selama kurun waktu 5 tahun berturut-turut.	(1)
4	Perusahaan yang mengalami <i>delisting</i> .	(1)
5	Perusahaan yang memiliki rugi bersih secara berturut-turut selama 5 tahun.	(4)
Total Sampel Penelitian		22
Tahun Penelitian		5
Total Sampel		110

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data yang dibantu dengan program komputer, yaitu IBM SPSS Statistics versi 31.0.0.0 (117). Analisis ini bertujuan untuk melihat seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Adapun uji yang dilakukan adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik dengan uji normalitas menggunakan kolmogorov-smirnov (K-S test), lalu uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas, selanjutnya uji regresi linear berganda, uji hipotesis dengan uji t dan uji f dan terakhir uji koefisien determinasi atau uji R square (R²).

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Wibowo & Putr, 2023:55). Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat generalisasi hasil penelitian. Deskripsi variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data berupa jumlah sampling, nilai minimum, nilai maksimum, mean (rata-rata), dan standar deviasi. Berikut tabel hasil penelitian yang menyajikan tabel statistik deskriptif dari variabel Nilai perusahaan, Profitabilitas, *Sales growth*, dan Likuiditas.

Tabel 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	110	-59.91	31.79	.49	8.26
Profitabilitas	110	-.58	2.07	.05	.23
Sales growth	110	-.84	6.41	.17	.69
Likuiditas	110	.05	60.86	2.89	7.34
Valid N (listwise)	110				

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS V.31.1.1 tahun 2025

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini dengan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S test) dimana Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak, dimana jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) >0.05 maka terdistribusi normal, namun apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) <0.05 maka data tidak terdistribusi dengan normal. Jika data tidak terdistribusi normal maka dapat dilakukan dengan pengecekan data outlier, agar data dapat terdistribusi dengan normal. Berikut hasil uji Kolmogorov-Smirnov (K-S test):

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	.25435951
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.072
	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS V.31.1.1 tahun 2025

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa hasil pengujian One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S test) sudah terdistribusi dengan normal, dengan hasil pengujian adalah sebesar 0.2, yang artinya $0.2 > 0.05$ atau 0.2 lebih besar dari 0.05, sehingga asumsi normalitas sudah terpenuhi atau layak diuji.

b. Uji Multikolineritas

Suatu penelitian dikatakan memiliki masalah multikolineritas jika nilai tolerance > 0.10 atau tidak terjadi Multikolineritas dan jika nilai VIF < 10.00 maka tidak terjadi multikolineritas. Berikut hasil uji multikolineritas:

**Tabel 5 Uji Multikolineritas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Profitabilitas	.893	1.120
	Sales Growth	.889	1.124
	Likuiditas	.954	1.049

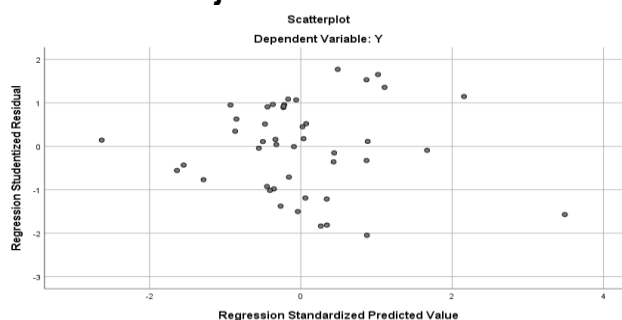
Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS V.31.1.1 tahun 2025

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai masing-masing variabel X1 (Profitabilitas) menunjukkan nilai sebesar 0.893, variabel X2 (*Sales Growth*) sebesar 0.889, dan X3 (Likuiditas) sebesar 0.954. berdasarkan hasil nilai tolerance setiap variabel yang menunjukkan nilai > 0.10 maka data yang diuji tidak terjadi multikolineritas. Sedangkan, nilai VIF X1 (Profitabilitas) menunjukkan nilai sebesar 1.120, variabel X2 (*Sales Growth*) sebesar 1.124, dan X3 (Likuiditas) sebesar 1.049. Yang artinya setiap variabel menunjukkan nilai < 10.00 , maka tidak terjadi multikolineritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas ialah dengan menggunakan uji Scatter-Plot yang artinya jika titik-titik data tersebar diatas dan dibawah garis nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu, hal tersebut dapat dikatakan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Berikut hasil penelitian uji Scatte-Plot:

Grafik 1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS V.31.1.1 tahun 2025

Berdasarkan Grafik 1 dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar diatas dan dibawah garis nol pada sumbu Y, yang artinya dapat disimpulkan bahwa tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan model regresi linear berganda yaitu $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$

Berikut hasil penelitian uji regresi linear berganda:

Tabel 6 Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)	.352	.075		4.712	.000
Profitabilitas	-1.700	.582	-.412	-2.922	.006
Sales Growth	.160	.176	.128	.907	.370
Likuiditas	.088	.029	.413	3.022	.004

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS V.31.1.1 tahun 2025

Berdasarkan tabel 6 maka persamaan Nilai konstanta sebesar 0.352 hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen (profitabilitas, *sales growth*, dan likuiditas) bernilai nol maka variabel dependen memiliki nilai sebesar 0.352.

1. Nilai koefisien regresi Profitabilitas (X1) sebesar -1.700 dan bertanda negatif yang artinya ada hubungan terbalik (negatif) antara variabel X1 dengan variabel Y. Dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) satuan profitabilitas akan menyebabkan penurunan terhadap nilai perusahaan sebesar 1.700 satuan dengan asumsi variabel X2 dan X3 tetap.
2. Nilai koefisien regresi *sales growth* (X2) sebesar 0.160 artinya setiap kenaikan 1 (satu) satuan atau 1% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.160 satuan atau 16% dengan asumsi variabel X1 dan X3 tetap.
3. Nilai koefisien regresi likuiditas (X3) sebesar 0.088 artinya setiap kenaikan 1 (satu) satuan atau 1% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.088 satuan atau 8.8% dengan asumsi variabel X1 dan X2 tetap.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Penggunaan Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Untuk pengujian digunakan taraf signifikan 5% ($\alpha=0.05$) sebesar < 0.05 maka H_0 ditolak dan jika taraf signifikan > 0.05 maka H_0 diterima. Berikut tabel uji t:

Tabel 7 Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)	.352	.075		4.712	.000
Profitabilitas	-1.700	.582	-.412	-2.922	.006
Sales Growth	.160	.176	.128	.907	.370
Likuiditas	.088	.029	.413	3.022	.004

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS V.31.1.1 tahun 2025

Berdasarkan hasil uji t pada tabel *Coefficients*, dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian diatas profitabilitas memperoleh nilai koefisien sebesar -2.922 dengan nilai signifikan $0.006 < 0.05$ maka H_0 ditolak. Dengan nilai t hitung negatif artinya profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti setiap kenaikan profitabilitas akan menurunkan nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis pertama (H_1) ditolak.
2. Hasil pengujian *sales growth* memiliki t hitung sebesar 0.907 dengan nilai signifikan $0.370 > 0.05$ maka H_0 diterima. Dengan nilai t hitung positif artinya *sales growth* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti peningkatan *sales growth* dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun, tidak cukup kuat karena dapat dilihat dengan nilai signifikan $0.370 > 0.05$ berarti tidak signifikan. Dengan demikian Hipotesis (H_2) dapat diterima.
3. Dan berdasarkan hasil pengujian likuiditas memiliki t hitung sebesar 3.022 dengan nilai signifikan $0.004 < 0.05$ maka H_0 ditolak. artinya likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti setiap kenaikan likuiditas akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) ditolak.

b. Uji F

Penggunaan uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan

terhadap dependen. Untuk menguji ini dapat dilihat apabila nilai < 0.05 maka uji F normal. Berikut hasil uji F setelah data di outlier:

Tabel 8 Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	1.058	3	.353	5.081	.004 ^b
	<i>Residual</i>	2.847	41	.069		
	<i>Total</i>	3.905	44			

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS V.31.1.1 tahun 2025

Berdasarkan tabel 8 hasil uji F dapat diperoleh keputusan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yaitu sebesar 5.081 sedangkan nilai signifikannya sebesar 0.004^b yang artinya $0.004^b < 0.05$ sehingga dapat dikatakan data layak (fit). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini layak digunakan. Dan variabel independen (Profitabilitas, *Sales Growth*, dan Likuiditas) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan).

Uji Koefisien Determinasi atau Uji R Square (R2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R² dari model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu, nilai yang mendekati satu berarti variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y). Berikut hasil pengujian koefisien determinasi:

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi atay Uji R Square (R2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	.271	.218	.26350

Sumber: Data diolah penulis dengan SPSS V.31.1.1 tahun 2025

Dikarenakan variabel independen pada penelitian ini sebanyak tiga, maka peneliti mengambil dari Adjusted R Square namun berbeda jika variabel yang digunakan hanya dua maka dapat dilihat pada R Square. Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa Adjusted R Square sebesar 0.218 atau sebesar 21.8%. Dengan kata lain, 21.8% variasi atau perubahan pada variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel profitabilitas, *sales growth* dan likuiditas, sedangkan 78.2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan

Hasil penelitian diatas menunjukan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dimana nilai signifikan $0.006 < 0.05$ dengan nilai t hitung -1.700 artinya setiap kenaikan 1 (satu) satuan profitabilitas akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 1.700 (satuan). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Jufrizen & Al Fatin, 2020) dan (Natalie & Lisiantara, 2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berdampak negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut bisa terjadi karena laba yang dihasilkan bisa diikuti dengan biaya operasional yang tinggi, dan pertumbuhan penjualan tinggi tidak selalu diikuti dengan laba yang tinggi. Namun hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Oktiwiati & Nurhayati, 2020) dan (Rosalia et al., 2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Sales Growth Terhadap Nilai perusahaan

Hasil analisis diatas menunjukan bahwa *sales growth* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan nilai t hitung sebesar 0.907 dengan signifikan $0.370 > 0.05$ yang artinya jika pertumbuhan penjualan meningkat maka nilai perusahaan meningkat maka hal tersebut dapat dikatakan positif namun pengaruhnya tidak signifikan dikarenakan nilai $0.370 > 0.05$ hal tersebut tidak cukup kuat untuk membuktikan bahwa tingginya pertumbuhan penjualan maka nilai perusahaan tinggi. Hal tersebut sudah dijelaskan diatas, dimana pertumbuhan penjualan yang tinggi belum tentu diikuti dengan laba bersih yang tinggi, hal ini bisa terjadi akibat adanya biaya operasional yang tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Herdiani et al., 2021) dan

(Rosalia et al., 2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hal tersebut juga berbanding terbalik dengan penelitian (khoeriyah, 2020) menyatakan bahwa *sales growth* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai perusahaan

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan nilai t hitung sebesar 3.022 dan nilai signifikan $0.004 < 0.05$. yang artinya jika likuiditas tinggi maka nilai perusahaan tinggi. Hal tersebut berarti perusahaan mempunyai aset lancar yang cukup untuk membayar utang jangka pendeknya. Atau dapat dikatakan jika perusahaan dapat memanfaatkan aset lancarnya dengan efisien yang dapat dilihat dengan memutar aset lancarnya dan tidak menimbun di kas, untuk kegiatan operasionalnya. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan (Chairani & Fitria, 2023) menyatakan bahwa likuiditas yang diukur dengan current ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Profitabilitas terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut artinya setiap kenaikan profitabilitas justru diikuti dengan penurunan nilai perusahaan. Kondisi ini dapat terjadi karena penggunaan aset yang kurang efisien atau bisa jadi dikarenakan biaya operasional yang tinggi sehingga mempengaruhi kurang optimalnya pemanfaatan laba.
2. *Sales growth* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Yang artinya *Sales Growth* cenderung diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan namun pengaruhnya tidak cukup kuat. Kondisi ini mengindikasikan adanya fenomena *growth trap*, di mana penjualan meningkat tetapi tidak sejalan dengan pertumbuhan laba. Dikarenakan tidak diimbangi dengan biaya operasional yang rendah.
3. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Yang artinya semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin tinggi nilai perusahaan. Kondisi ini berarti perusahaan dapat memanfaatkan aset lancarnya untuk memenuhi kewajiban lancarnya. Perusahaan dengan kondisi aset lancar yang memadai dipandang memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dan tetap stabil di tengah kondisi ekonomi yang tidak pasti.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan fokus tidak hanya pada peningkatan laba, tetapi juga pada kualitas dan keberlanjutan profitabilitas. Efisiensi biaya perlu diimbangi dengan inovasi produk dan strategi untuk memperkuat daya saing. Selain itu pertumbuhan penjualan sebaiknya diiringi dengan pengendalian biaya dan peningkatan margin keuntungan agar tetap sejalan dengan kenaikan laba bersih. Perusahaan juga perlu menjaga likuiditas yang tinggi, karena hal tersebut memberikan sinyal positif bahwa perusahaan dapat memanfaatkan aset lancarnya untuk memenuhi kewajiban lancarnya. Hal tersebut menunjukkan ada perputaran arus kas yang baik.
2. Untuk investor tidak hanya mempertimbangkan angka profitabilitas dan pertumbuhan penjualan, karena pertumbuhan penjualan tidak selalu diimbangi dengan laba tinggi, kondisi ini bisa terjadi jika biaya operasional meningkat maka laba menurun. Tetapi investor juga memperhatikan kualitas dan keberlanjutan kinerja keuangan perusahaan dengan melihat kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset lancarnya untuk memenuhi kewajiban lancarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K., Muchammad Sobri, R., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, P. (2023). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) Sebagai Variabel Moderating. *In Jurnal Manajemen Diversifikasi (Vol. 3, Issue 3)*.
- Assagaf, A. (2024). *Perkembangan Nilai Perusahaan Sebelum dan Selama Covid 19*. CV. Gita Lentera. <https://books.google.co.id/books?id=LOf4EAAAQBAJ>
- Chairani, L. A., & Fitria, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(6).

- Defni, W. S., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(4).
- Eko Putranto, & Martini. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 395–418. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v3i1.3110>
- Fatihudin, D. (2025). METODE PENELITIAN: *Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi. Zifatama Jawara*. <https://books.google.co.id/books?id=fROXDwAAQBAJ>
- Fitria, D., & Kuraesin, A. D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 775–782.
- Gama, A. W. S., Mitariani, N. W. E., & Widnyani, N. M. (2024). *Kumpulan Teori Bisnis: Perspektif Keuangan, Bisnis, dan Strategik*. Nilacakra. <https://books.google.co.id/books?id=fNQHEQAAQBAJ>
- Herdiani, N. P., Badina, T., & Rosiana, R. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 87–106.
- Jufrizen, J., & Al Fatin, I. N. (2020). Pengaruh debt to equity ratio, return on equity, return on assets dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(1), 183–195.
- Manurung, N. P., & Hasyim, D. (2024). Pengaruh Sales Growth Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 110–132.
- Muchtar, E. H. (2021). CORPORATE GOVERNANCE : *Konsep dan Implementasinya Pada Emiten Saham Syariah*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=AdQeEAAAQBAJ>
- Muliana, M., & Ahmad, S. W. A. (2021). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 97–110.
- Natalie, V., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh profitabilitas (ROA), likuiditas (AKO), ukuran perusahaan (SIZE), dan leverage (LTDER) terhadap nilai perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(4), 4175–4186.
- Oktiwiati, E. Dela, & Nurhayati, M. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PADA SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013-2017). *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 10(2), 196. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.004>
- Parlina, N. D., Putri, I. D., Astuti, N. D., & Hapsan, A. (2023). *Analisis Rasio Keuangan sebagai Salah Satu Alat Ukur Kinerja Keuangan*. CV. Ruang Tentor. <https://books.google.co.id/books?id=DnveEAAAQBAJ>
- Putra, I. W., Mangantar, M., & Untu, V. N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Putra, R. K., & Candra, Y. T. A. (2024). PENGARUH LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, PROFITABILITAS, AKTIVITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 3099–3111.
- Rezeki, F., Puspasari, Aprilia, Yuniarti, R., Kurdaningsih, D. M., Yuliyanti, E., Siringoringo, R., Turmudhi, A., Kartika, Andi., & Napitupulu, R. L. (2025). *METODOLOGI PENELITIAN*. PT KIMHSAFI ALUNG CIPTA. <https://books.google.co.id/books?id=7H5iEQAAQBAJ>
- Rosalia, J., Utami, W. B., & Pratiwi, D. N. (2022). 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). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2), 971–979.
- Saksono, H., Poddala, P., Prananingrum, D. K., Nawarcono, W., Aris, N., Sululing, S., Ismanto, H., Marthika, L. D., Khasanah, & Manane, D. R. (2023). *Manajemen Keuangan*. Cendikia Mulia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=YYu2EAAAQBAJ>
- sangadji, etta mamang, & sopiah. (2024). *Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis Dalam Penelitian Disertai Contoh Proposal Penelitian*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=R2goEQAAQBAJ>

- Siregar, E. I. (2021). *KINERJA KEUANGAN TERHADAP PROFITABILITAS SUB SEKTOR KONSTRUKSI*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=uGU4EAAAQBAJ>
- Tri Siswantini, dlkk. (2025). *BUKU MANAJEMEN KEUANGAN (TEKNIK-TEKNIK EFEKTIF DALAM MENGELOLA RISIKO DAN INVESTASI) (pertama)*. Penerbit Widina. <https://books.google.co.id/books?id=d0leEQAAQBAJ>
- Wibowo, B. A., & Putr, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Statistika. Anak Hebat Indonesia*. <https://books.google.co.id/books?id=HeDeEAAAQBAJ>
- Widnyana, I. W., & Purbawangsa, I. B. A. (2024). *TEORI-TEORI KEUANGAN Konsep dan Aplikasi Praktis (1st ed.)*. wawasan Ilmu. <https://books.google.co.id/books?id=uepFEQAAQBAJ>
- Yeni, F., Hady, H., & Wardana, M. A. (2024). *NILAI PERUSAHAAN BERDASARKAN DETERMINAN KINERJA KEUANGAN*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=j9v-EAAAQBAJ>
- Yoswandri, F. R., & Lestari, I. R. (2024). PENGARUH STRUKTUR MODAL, SALES GROWTH, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics*, 1(2), 168–180.
- YULIUSMAN, & PUTRA, W. E. (2022). *INVESTASI RESEARCH AND DEVELOPMENT Tata Kelola dan Nilai Perusahaan*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=SDiMEAAAQBAJ>
- Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
- Putiri Melati, Wely. Pandemi Covid-19 Perekonomian Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16064/Pandemi-Covid-19-Dan-Menurunnya-Perekonomian-Indonesia.html>. Diakses Tanggal 12April2023