

**PENGARUH LIQUIDITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
(Studi Kasus: Karyawan Pt.Telkom Indonesia)**

Tessa Icha Ananda

Program Studi:Manajemen,Universitas Nusa Putra

Correspondence		
Email: @tessaananda641@gmail.com	No. Telp:	
Submitted 12 Juni 2024	Accepted 18 Juni 2024	Published 19 Juni 2024

Abstack

The value of the company is very important because the company's high level of self-esteem will be taken over by high-growing shareholders. Examination of the expansion of the company's price will affect shareholder self-esteem if this occurs. This increase is characterized by a high rate of return on shareholder wealth. Sales growth reflects a company's ability to increase sales over time. This growth can be measured by comparing revenues over several periods. According to research by Penman (2010), continuous sales growth shows good company performance and can increase company value. High sales growth shows that the company can increase market share and improve its operations. This research uses quantitative methods. Data collection was carried out by distributing questionnaires, with a total of 20 respondents, with a percentage of 52.4% (women) and 47.6% (men). In the coefficient of determination, it can be seen that it is 0.38, which means that X1 and X2 have a 38% effect on Y.

Keywords : liquidity, sales growth, company value

Abstrak

Nilai perusahaan sangat penting karena harga diri perusahaan Tingkat tinggi akan diambil alih oleh pemegang saham tinggi yang berkembang. Memeriksa memperluas harga perusahaan akan mempengaruhi harga diri pemegang saham jika hal ini terjadi Peningkatan ini ditandai dengan tingginya tingkat pengembalian spekulasi pemegang saham. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan ini dapat diukur dengan membandingkan pendapatan selama beberapa periode. Menurut penelitian Penman (2010), pertumbuhan penjualan yang terus menerus menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan operasionalnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, dengan jumlah responden sebanyak 20 orang, dengan persentase sebanyak 52,4% (perempuan) dan 47,6% (laki-laki). Pada koefisien determinasi dapat dilihat bahwa 0,38 yang artinya X1 dan X2 berpengaruh sebesar 38% terhadap Y.

Kata kunci : likuiditas, pertumbuhan penjualan, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Perusahaan komunikasi penyiaran memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendorong komunikasi di masa kini. Divisi ini mengalami kemajuan pesat seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan akan layanan komunikasi. Di Indonesia, perusahaan-perusahaan komunikasi penyiaran yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) mempunyai hal-hal yang menarik untuk dipikirkan, khususnya terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena harga diri perusahaan Tingkat tinggi akan diambil alih oleh pemegang saham tinggi yang berkembang. Memeriksa memperluas harga perusahaan akan mempengaruhi harga diri pemegang saham jika hal ini terjadi Peningkatan ini ditandai dengan tingginya tingkat pengembalian spekulasi pemegang saham. Sependapat dengan Sulasmiyati, dkk (2015: 21) Harga diri perusahaan terlihat dari membaiknya biaya saham perusahaan pada iklan saham. (Dewi, W. C. (2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis likuiditas dan perkembangan transaksi terhadap harga perusahaan komunikasi penyiaran yang tercatat di BEI. Melalui penyelidikan ini, diyakini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana perspektif moneter tersebut berkontribusi terhadap harga diri perusahaan, serta memberikan pengetahuan bagi para spekulan dan administrasi perusahaan dalam mengambil pilihan-pilihan penting.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Beberapa orang berpendapat bahwa likuiditas memiliki dampak besar pada harga diri perusahaan. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Amihud dan Mendelson (1986) tampak bahwa perusahaan dengan likuiditas yang lebih tinggi cenderung memiliki etalase valuasi yang lebih tinggi. Hal ini sering kali disebabkan oleh risiko anggaran yang lebih rendah dan kepraktisan yang lebih penting dalam operasi perusahaan. Likuiditas

Likuiditas mungkin merupakan tingkat kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan jangka pendeknya. Proporsi likuiditas yang umum digunakan mencakup proporsi saat ini, proporsi cepat, dan proporsi uang tunai. Penelitian Brigham dan Houston (2019) menunjukkan bahwa likuiditas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan spesialis keuangan, karena perusahaan dengan likuiditas yang besar dianggap unggul mampu mengatasi permasalahan anggaran jangka pendek. Biasanya lebih didukung oleh pertanyaan lain tentang likuiditas mana yang tampaknya mempunyai dampak positif terhadap harga diri perusahaan (Gill dan Mathur, 2011). Angka yang mempengaruhi harga diri perusahaan adalah likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya jangka pendek atau dibayar secara produktif (Riyanto, 2001: 25). Perusahaan yang mampu memenuhi komitmen terkait uangnya secara penuh waktu yang tepat berarti perusahaan dalam kondisi lancar dan perusahaan mempunyai implikasi angsuran atau perpindahan yang lebih penting daripada kewajibannya dengan mudah. Jadi, dengan melihat likuiditas suatu perusahaan, pemberi pinjaman juga dapat mensurvei hebat dan buruknya perusahaan. (DEWI, 2023)

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Damodaran (2006), perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung memiliki ekspektasi keuntungan di masa depan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan investor cenderung memberikan premi pada perusahaan yang memiliki potensi pertumbuhan kuat. Nilai suatu perusahaan sering diukur dengan menggunakan metrik seperti rasio harga terhadap pendapatan (rasio P/E), nilai harga terhadap buku (P/BV), dan Tobin's Q. Nilai suatu perusahaan mencerminkan persepsi pasar dari sebuah perusahaan. menunjukkan prospek masa depan dan hasil keuangan. Menurut teori keuangan, beberapa faktor mempengaruhi nilai suatu perusahaan, seperti likuiditas dan pertumbuhan penjualan (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2013).

Pertumbuhan Penjualan

pertumbuhan penjualan dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Studi tambahan menunjukkan bahwa peningkatan penjualan berdampak positif pada nilai perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang kuat biasanya memiliki ekspektasi yang lebih besar terhadap pendapatan di masa depan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Damodaran, 2006).

Menurut Brigham (2001), pendapatan tahunan rata-rata selama beberapa tahun menentukan ukuran perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan ditunjukkan oleh rata-rata penjualan, total omset, dan neraca. Salah satu variabel dalam kajian ekonomi adalah ukuran perusahaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi banyak pilihan dan hasil keuangan. Menurut Harahap (2013), pengukuran besar kecilnya suatu perusahaan dapat dicapai dengan menjumlahkan seluruh aset yang dimilikinya. Agar sahamnya bisa bertahan di pasar modal dan harganya bisa naik jika investornya banyak, perusahaan dengan basis aset yang besar biasanya dianggap memiliki prospek masa depan yang menjanjikan. (elisa, 2021)

METODE PENELITIAN

Dengan menggunakan metodologi penelitian ini, pengaruh penjualan dan likuiditas terhadap peningkatan nilai pasar bisnis telekomunikasi yang terdaftar dapat diukur. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Data dasar yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari 20 responden melalui penyebaran kuesioner. Tujuan survei ini adalah untuk mengukur opini responden mengenai pertumbuhan penjualan dan likuiditas dalam kaitannya dengan penentuan nilai perusahaan. Metode regresi berganda digunakan untuk menganalisis data dan menguji pengaruh pertumbuhan penjualan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Sebelum analisis regresi divalidasi, uji hipotesis tradisional dilakukan secara khusus. Signifikansi dan arah pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen selanjutnya ditentukan dengan menginterpretasikan hasil penelitian. Selanjutnya dilakukan analisis deskriptif terhadap data survei.

HASIL DAN PENELITIAN

A. Uji Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	11	52,4%
Laki-Laki	10	47,6%
Total	21	100%

Berdasarkan dari hasil uji karakteristik menurut jenis kelamin pada tabel di atas responden perempuan berjumlah 11 orang sedangkan responden laki-laki berjumlah 10 orang jika di totalkan semua responden berjumlah 21 orang dan persentasenya berjumlah 100%.

B. Uji Karakteristik Menurut Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
19	1	4,8%
20	1	4,8%
21	2	9,5%
22	4	19,0%
24	2	9,5%
25	3	14,3%
26	2	9,5%
27	2	9,5%
28	2	9,5%

29	2	19%
Total	21	234,8%

Berdasarkan dari hasil uji karakteristik menurut usia pada tabel di atas terdapat berbagai kategori mulai dari usia 19-29 dari kategori ini usia 22 menduduki peringkat paling banyak respondennya yaitu berjumlah 4 orang, total keseluruhan responden dari berbagai usia yaitu 21 orang, dan jumlah persentasenya yaitu 234,8%.

C. Uji Validitas Dan Reliabilitas

- Validitas X1

<i>Variabel</i>	<i>pertanyaan</i>	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	<i>keterangan</i>
Liquiditas	Saldo tabungan dan deposito cukup untuk menutupi kewajiban yang harus di bayar dalam waktu dekat	0,737	<i>valid</i>
	Jumlah aset lancar yang di miliki lebih besar dari jumlah kewajiban jangka pendek	0,708	<i>valid</i>
	Rasio cepat berada di bawah standar yang di rekomendasikan, sehingga harus meningkatkan aset lancar yang dapat segera di konversi	0,628	<i>valid</i>
	Saya memiliki cukup aset yang dapat dengan cepat dikonversi menjadi uang tunai untuk menghadapi situasi darurat	0,846	<i>valid</i>
	Rasio kas yang dimiliki berada di level yang sehat yaitu di atas 0,5	0,822	<i>valid</i>
	Saya dapat dengan mudah menggunakan kas dan setara kas untuk membayar tagihan yang jatuh tempo	0,68	<i>valid</i>
pertumbuhan penjualan	Membangun hubungan baik dengan pelanggan salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas	0,623	<i>valid</i>

	Memberikan pelatihan yang memadai kepada tim penjualan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja	0,842	<i>valid</i>
	Saya telah memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan pengalaman pembelian yang lebih baik bagi pelanggan	0,799	<i>valid</i>
	Mengalokasikan sumber daya yang memadai adalah salah satu cara untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk atau jasa	0,878	<i>valid</i>
	Mengoptimalkan proses penjualan dan layanan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan retensi penjualan	0,829	<i>valid</i>
	Mengembangkan program loyalitas yang efektif untuk mempertahankan pelanggan yang ada	0,852	<i>valid</i>
	Melakukan analisis perilaku pembelian pelanggan untuk mengidentifikasi pola dan peluang peningkatan frekuensi	0,794	<i>valid</i>
	Memberikan penawaran khusus dan promosi yang menarik untuk mendorong pembelian lebih sering	0,916	<i>valid</i>
	Saya telah berhasil meningkatkan nilai rata-rata pembelian per pelanggan	0,811	<i>valid</i>
	Melakukan segmentasi pasar yang efektif untuk menawarkan produk atau jasa premium yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan	0,963	<i>valid</i>
Nilai perusahaan	Mengoptimalkan struktur modal perusahaan untuk	0,588	<i>valid</i>

memaksimalkan price
earning ratio

Mengembangkan strategi investasi yang efektif untuk meningkatkan nilai aset perusahaan dan mendorong pertumbuhan	0,856	<i>valid</i>
--	-------	--------------

Mengkomunikasikan informasi keuangan dan prospek perusahaan secara transparan kepada investor untuk meningkatkan kepercayaan pasar	0,802	<i>valid</i>
--	-------	--------------

Mengembangkan program insentif dan retensi yang kompetitif untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik di industri	0,744	<i>valid</i>
---	-------	--------------

Perusahaan kami memiliki price to book ratio yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing di industri yang sama	0,588	<i>valid</i>
--	-------	--------------

Sumber: Pengelolaan Data SPSS

- Uji Reliabilitas

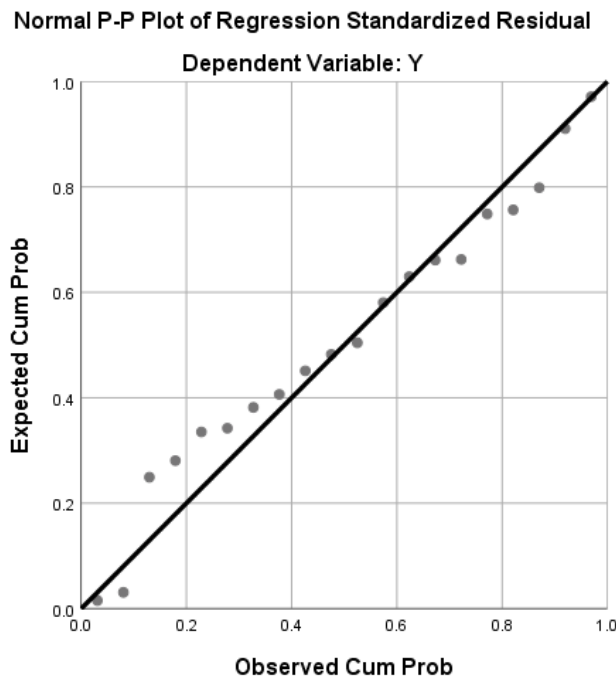
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Liquiditas	0,820	<i>Reliable</i>
Pertumbuhan penjualan	0,952	<i>Reliable</i>
Nilai perusahaan	0,736	<i>Reliable</i>

Sumber: Pengelolaan Data SPSS

D. Uji Normalitas





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.14915994
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.088
	Negative	-.137
Test Statistic		.137
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: *Pengelolaan Data SPSS*

Data dikatakan normal apabila nilai asymp.sig lebih dari 0,05
 Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai symp.sig bernilai $0,2 > 0,05$ yang artinya berdistribusi normal

E. Uji Mean Median Dan Modus

		Statistics		
		LIQUIDITAS	PERTUMBUHAN PENJUALAN	NILAI PERUSAHAAN
N	Valid	20	20	20



Missing	0	0	0
Mean	22.1000	41.6000	19.5500
Std. Error of Mean	.71414	1.08676	.60470
Median	22.0000	40.0000	19.0000
Mode	22.00	40.00	19.00
Std. Deviation	3.19374	4.86015	2.70429
Variance	10.200	23.621	7.313
Skewness	.879	.133	1.048
Std. Error of Skewness	.512	.512	.512
Kurtosis	2.009	.127	.609
Std. Error of Kurtosis	.992	.992	.992
Range	14.00	18.00	9.00
Minimum	16.00	32.00	16.00
Maximum	30.00	50.00	25.00
Sum	442.00	832.00	391.00

Sumber: *Pengelolaan Data SPSS*

F. Uji Regresi

- Uji F (simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.441	2	36.221	7.016	.006 ^b
	Residual	87.759	17	5.162		
	Total	160.200	19			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: *Pengelolaan Data SPSS*

F hitung = 7,016

F tabel = 3,591

Dilihat dari hasil data diatas **nilai F hitung > F tabel** dengan nilai 7,016 > 3,591 maka secara simultan atau bersama-sama X1 dan X2 berpengaruh secara signifikan.

- Uji T (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,756	4,538		1,709	0,106		
	X1	-0,219	0,230	-0,241	-0,951	0,355	0,504	1,986
	X2	0,490	0,151	0,820	3,241	0,005	0,504	1,986

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Pengelolaan Data SPSS*

Jika t hitung > t tabel maka berpengaruh



Variabel	T hitung	T tabel	Kriteria
X1	-0,241	2,109	Tidak Berpengaruh
X2	0,820	2,109	Tidak Berpengaruh

Bahwa X1 tidak berpengaruh terhadap Y.

X2 tidak berpengaruh terhadap Y.

- Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.452	.388	2.27207

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: *Pengelolaan Data SPSS*

0,38 artinya X1 dan X2 berpengaruh sebesar 38% terhadap Y

PERSAMAAN REGRESI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,756	4,538		1,709	0,106		
	X1	-0,219	0,230	-0,241	-0,951	0,355	0,504	1,986
	X2	0,490	0,151	0,820	3,241	0,005	0,504	1,986

a. Dependent Variable: Y

$$Y = 7,756 - 0,219 X1 + 0,490 X2$$

SIMPULAN

Berdasarkan tinjauan literatur dapat disimpulkan bahwa likuiditas dan pertumbuhan penjualan merupakan faktor penting untuk menilai nilai suatu perusahaan. Keduanya mempunyai dampak signifikan terhadap persepsi pasar dan kinerja keuangan perusahaan. Dalam konteks perusahaan telekomunikasi Indonesia, pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak likuiditas dan pertumbuhan penjualan dapat memberikan informasi berharga bagi investor dan manajemen untuk pengambilan keputusan strategis. Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat mengkonfirmasi temuan ini dan menyelidiki faktor-faktor lain yang mungkin berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

REFERENSI

Andriyani, s. Pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan jasa telekomunikasi yang terdaftar di bursa efek indonesia
 Dewi, W. C. (2020). *Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).



Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(7).