



Jurnal Akuntansi AKTIVA, Vol. 7, No. 1, 2026

**PENGARUH LIKUIDITAS, LEVERAGE, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2022-2024**

Widya Ayu Utami^{1*}, Ramdhansyah²

^{1*} Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

² Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

Widyaayuutami4@gmail.com^{1*}, ramdhan@unimed.ac.id²

ABSTRACT

A higher level of trust and capital market competitiveness is often associated with highly valued companies. An important indicator that reflects how investors feel about a business's current and future prospects is its company value. This study aims to analyze manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2022 to 2024 with a focus on their sales growth, leverage, and liquidity to evaluate their firm worth. Based on secondary data culled from financial records, the study employs a quantitative technique and employs purposive sampling to choose its sample. Several methods for analyzing the data were used, including descriptive statistics, conventional assumption tests, and SPSS version 26 multiple linear regression analysis. The results demonstrate that the value of a company is greatly affected simultaneously by sales growth, leverage, and liquidity. Firm value is positively and significantly affected by liquidity and leverage, but not by sales growth. Accordingly, investors consider a company's financial health with sales growth as a measure of its business value.

Keywords: Firm Value, Liquidity, Leverage, Sales Growth

ABSTRAK

Tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dan daya saing pasar modal sering kali dikaitkan dengan perusahaan-perusahaan yang bernilai tinggi. Indikator penting yang mencerminkan bagaimana investor memandang prospek saat ini dan masa depan suatu bisnis adalah nilai perusahaan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2022 hingga 2024 dengan fokus pada pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan likuiditas untuk mengevaluasi nilai perusahaan. Berdasarkan data sekunder yang dikumpulkan dari catatan keuangan, studi ini menggunakan teknik kuantitatif dan metode sampling purposif untuk memilih sampelnya. Beberapa metode analisis data digunakan, termasuk statistik deskriptif, uji asumsi konvensional, dan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara simultan oleh pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan likuiditas. Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh likuiditas dan *leverage*, tetapi tidak oleh pertumbuhan penjualan. Oleh karena itu, investor mempertimbangkan kesehatan keuangan perusahaan dengan pertumbuhan penjualan sebagai ukuran nilai bisnisnya.

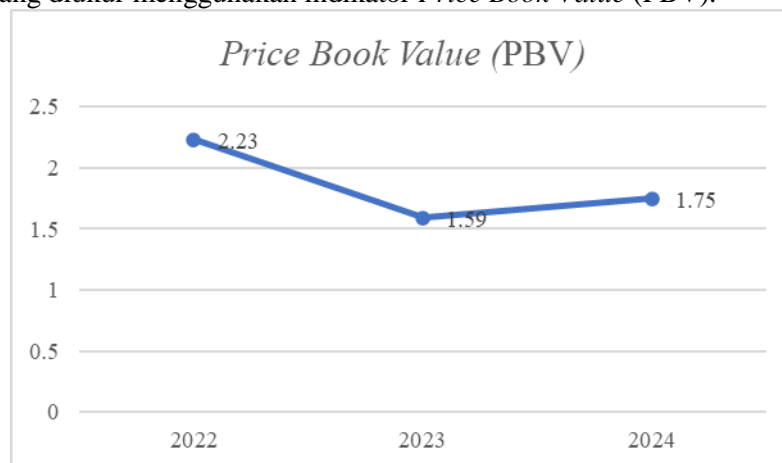
Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Likuiditas, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan

PENDAHULUAN

Gelombang globalisasi telah membentuk iklim bisnis di Indonesia menjadi semakin dinamis dan sarat persaingan. Dalam kondisi tersebut, sektor manufaktur menempati posisi strategis karena perannya yang signifikan dalam menopang perekonomian nasional (Riski, 2025). Tidak hanya membantu meningkatkan PDB, industri ini juga menyerap banyak tenaga kerja dan menjadi tolok ukur seberapa baik proses industrialisasi berjalan (Nababan & Purba, 2023). Untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah tantangan global dan dinamika ekonomi lokal, perusahaan manufaktur didorong untuk terus meningkatkan kinerjanya, memaksimalkan penggunaan sumber daya, serta membangun dan mempertahankan kepercayaan investor. Hal ini semua disebabkan oleh persaingan yang ketat di industri tersebut.

Dalam perspektif keberlanjutan bisnis, nilai perusahaan berperan sebagai tolok ukur yang merefleksikan kualitas kinerja manajerial dalam mengelola dan mengarahkan aktivitas perusahaan (Stephan A. Ross, Westerfield, & Jordan, 2017). Tingginya nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan manajemen dalam merancang strategi usaha, mengendalikan risiko, serta memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki (Brigham & Houston, 2003). Bagi investor maupun kreditor, nilai perusahaan dijadikan rujukan utama dalam menentukan keputusan penanaman modal, karena perusahaan dengan nilai yang tinggi dipersepsikan memiliki prospek jangka panjang yang menjanjikan, potensi imbal hasil yang menarik, serta tingkat risiko kegagalan yang relatif lebih rendah (Widyananda & Jonathan, 2022). Oleh karena itu, upaya meningkatkan nilai perusahaan menjadi sasaran fundamental yang ingin diwujudkan oleh setiap entitas bisnis.

Gambar berikut menyajikan tren perubahan nilai perusahaan pada sektor manufaktur selama periode 2022–2024 yang diukur menggunakan indikator *Price Book Value* (PBV).



Sumber: idx.co.id (data diolah)

Gambar 1. Grafik Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2022-2024

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa nilai perusahaan pada sektor manufaktur sepanjang periode 2022-2024 bergerak secara tidak stabil, yang mencerminkan adanya perubahan persepsi pasar dari waktu ke waktu. Pengukuran menggunakan *Price Book Value* (PBV) menunjukkan penurunan yang cukup tajam dari angka 2,23 pada tahun 2022 menjadi 1,59 pada tahun 2023, sebelum kemudian mengalami kenaikan kembali menjadi 1,75 pada tahun 2024. Walaupun terjadi perbaikan pada tahun terakhir pengamatan, capaian tersebut masih berada di bawah posisi awal tahun 2022. Situasi ini menggambarkan bahwa keyakinan investor terhadap prospek perusahaan manufaktur belum sepenuhnya konsisten, sehingga pembentukan nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh informasi keuangan yang disampaikan perusahaan kepada publik.

Likuiditas, leverage, dan pertumbuhan penjualan dianggap sebagai karakteristik yang berkontribusi dalam menentukan nilai perusahaan dalam penelitian ini. Likuiditas suatu perusahaan dianggap sebagai faktor kunci yang memengaruhi nilainya. Likuiditas merupakan salah satu indikator kesehatan dan kinerja suatu perusahaan (Rizkinanda, 2019). Ketika suatu perusahaan memiliki banyak kas yang tersedia, artinya perusahaan tersebut dapat membayar tagihan jangka pendeknya saat jatuh tempo. Hal ini memberikan ketenangan pikiran bagi investor (Kasmir, 2022). Namun, kondisi likuiditas yang

terlalu besar juga dapat dipersepsikan kurang menguntungkan karena mencerminkan adanya dana yang tidak dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan produktif. Penelitian sebelumnya tentang dampak likuiditas terhadap nilai perusahaan telah menunjukkan hasil yang bertentangan akibat perbedaan pandangan ini. Beberapa studi menunjukkan bahwa likuiditas secara signifikan dan positif mempengaruhi nilai perusahaan (Maulinda & Hermi, 2022; D. N. S. Sari & Purbowati, 2023; S. W. H. P. Sari et al., 2023), sementara penelitian lain menemukan adanya pengaruh negatif signifikan (Fitriana & Purwohandoko, 2022; Lestari & Sihono, 2023; Veronica, Aprilyanti, & Jenni, 2022). Di sisi lain, beberapa penelitian menyimpulkan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap nilai perusahaan (Aldi, Erlina, & Amalia, 2020; Borges & Wulandari, 2023; Putri & Triyonowati, 2025).

Di samping likuiditas, *leverage* yang merefleksikan proporsi penggunaan dana pinjaman dalam struktur modal perusahaan juga kerap dihubungkan dengan pembentukan nilai perusahaan (Oktaviani, Satriansyah, & Widianingrum, 2024). Secara teoritis, pemanfaatan utang dapat memberikan manfaat ekonomis berupa *tax shield* yang mampu menekan beban pajak perusahaan (Brigham & Houston, 2003). Akan tetapi, apabila tingkat *leverage* berada pada batas yang terlalu tinggi, kondisi ini justru memunculkan risiko keuangan, seperti meningkatnya beban bunga serta membesarnya peluang terjadinya kesulitan keuangan hingga kebangkrutan. Karena itu, penelitian sebelumnya tentang topik *leverage* dan nilai korporasi telah menunjukkan hasil yang bertentangan. *Leverage* meningkatkan nilai suatu perusahaan, menurut banyak penelitian (Aisyah & Sartika, 2022; Aldi et al., 2020; Fitriana & Purwohandoko, 2022; Putri & Triyonowati, 2025; Veronica et al., 2022), hal sebaliknya juga berlaku yang menunjukkan bahwa *leverage* secara signifikan mengurangi nilai perusahaan (Lestari & Sihono, 2023; Borges & Wulandari, 2023). Selain itu, terdapat juga studi yang tidak menemukan korelasi antara *leverage* dan nilai bisnis (Maulinda & Hermi, 2022; D. N. S. Sari & Purbowati, 2023; S. W. H. P. Sari et al., 2023).

Variable lain yang turut berperan dalam membentuk nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan (Azzahra & Lekok, 2023). Banyak orang menantikan bagaimana kinerja suatu perusahaan di masa depan jika melihat laju pertumbuhan penjualan, karena volume penjualan yang lebih tinggi menunjukkan bahwa pasar merespons secara positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Kasmir, 2022). Namun, terdapat sejumlah data empiris yang menunjukkan korelasi antara peningkatan penjualan dan nilai pasar yang lebih tinggi bagi suatu perusahaan. Alasan di balik hal ini adalah bahwa sementara penjualan meningkat, biaya operasional seringkali juga naik, artinya laba tidak tumbuh dengan laju yang sama. Ada bukti kuat dari beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan meningkatkan nilai perusahaan (Fajriah, Idris, & Nadhiroh, 2022). Hubungan antara pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan telah terbukti secara signifikan negatif dalam beberapa penelitian (Veronica et al., 2022). Sebaliknya, beberapa studi menunjukkan tidak ada hubungan antara pertumbuhan penjualan dan penilaian nilai perusahaan (Anita, Rahmah, Oemar, & Rasyid, 2023; Rahayu, Mustikowati, & Suroso, 2020).

Kajian terhadap laporan keuangan memegang peranan penting karena mampu menyajikan potret menyeluruh mengenai kesehatan finansial, capaian kinerja, serta arah perkembangan perusahaan pada masa mendatang (Harahap, 2018). Melalui informasi tersebut, indikator-indikator seperti likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan dapat dijadikan dasar dalam menilai tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan. Meskipun demikian, terdapat kesenjangan penelitian yang menunjukkan ketidaksepakatan empiris akibat beragamnya temuan penelitian sebelumnya mengenai dampak faktor-faktor ini terhadap nilai perusahaan. Kita perlu menguji ulang hal ini agar dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang kondisinya. Hal ini membuat penulis meyakini bahwa hubungan antara nilai bisnis manufaktur, likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan perlu dievaluasi ulang. Tahun 2022–2024 menjadi fokus utama di sini karena mewakili fase pasar yang lebih stabil dan menunjukkan dinamika terbaru kinerja bisnis manufaktur. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2022 dan 2024 akan menjadi fokus penelitian ini, yang bertujuan untuk mengevaluasi dampak likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap ekuitas mereka.

KAJIAN LITERATUR

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal (*signaling theory*) merupakan ketidakseimbangan informasi terjadi ketika salah satu pihak memiliki akses ke data yang lebih lengkap daripada pihak lainnya. Ketidakseimbangan informasi ini dapat dikurangi dengan menyampaikan sinyal-sinyal spesifik dari pihak yang memiliki data yang lebih

relevan, yang dalam hal ini seringkali merupakan pihak internal organisasi (Spence, 1973). Teori ini menegaskan bahwa manajemen yang memahami prospek usaha secara lebih mendalam perlu mengomunikasikan kondisi tersebut kepada investor agar asimetri informasi di pasar dapat diminimalkan (Brigham & Houston, 2003). Dalam praktiknya, berbagai keputusan keuangan, seperti kebijakan dividen, penentuan struktur modal, serta kinerja laba, berperan sebagai media penyampai pesan mengenai keadaan dan arah masa depan perusahaan. Setiap langkah yang diambil manajemen akan ditangkap oleh investor sebagai sinyal tentang kualitas perusahaan, di mana sinyal yang bernilai positif cenderung meningkatkan tingkat kepercayaan dan berdampak pada kenaikan nilai pasar saham. Dengan demikian, teori sinyal digunakan untuk menjelaskan bagaimana kebijakan dan perilaku keuangan perusahaan membentuk persepsi investor terhadap nilai perusahaan (Connelly, Certo, Ireland, & Reutzel, 2011). Dalam kerangka ini, struktur modal bahkan dapat berfungsi sebagai sinyal yang kredibel bagi pasar (Stephen A. Ross, 1997).

Pilihan struktur modal yang ditetapkan oleh manajemen tidak semata-mata berdampak pada tingkat risiko dan imbal hasil perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai media penyampai pesan mengenai kualitas perusahaan di hadapan pasar. Agar suatu sinyal memiliki kredibilitas, teori ini menegaskan bahwa sinyal tersebut harus mengandung konsekuensi berupa biaya atau risiko tertentu, sehingga tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang berkinerja rendah. Sinyal yang bersifat “mahal” memiliki kekuatan pembeda, karena hanya perusahaan dengan prospek yang benar-benar baik yang mampu menanggung konsekuensinya (Leland & Pyle, 1977). Dalam kajian mengenai nilai perusahaan, teori sinyal digunakan untuk menjelaskan bahwa variabel-variabel seperti likuiditas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan berperan sebagai isyarat yang ditangkap investor dalam menilai kinerja serta prospek perusahaan (Myers & Majluf, 1984). Likuiditas merefleksikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial, *leverage* mencerminkan tingkat keyakinan manajemen terhadap potensi laba di masa depan, sedangkan pertumbuhan penjualan menjadi indikator adanya perluasan pasar (Jensen & Meckling, 1976). Interaksi dari berbagai sinyal tersebut akan membentuk persepsi pasar yang pada akhirnya menentukan tinggi rendahnya nilai perusahaan secara keseluruhan.

Hipotesis Penelitian

- H₁: Likuiditas, leverage, dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H₂: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
- H₃: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
- H₄: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di IDX menjadi fokus penelitian ini, yang menggunakan data yang dikumpulkan dari situs web IDX, <https://www.idx.id/id>. Semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di IDX membentuk populasi penelitian, yang membentuk area generalisasi dengan fitur-fitur tertentu yang akan dianalisis dan disimpulkan (Sugiyono, 2013). Untuk memastikan bahwa sampel secara akurat mencerminkan populasi sesuai dengan persyaratan penelitian, sampling purposif digunakan untuk mengidentifikasi sampel (Ikhsan et al., 2021). Informasi keuangan dari beberapa perusahaan digunakan dalam penelitian kuantitatif ini. Informasi yang digunakan diperoleh dari sumber sekunder, yaitu dari laporan keuangan tahunan yang dapat ditemukan di situs web IDX serta situs web masing-masing perusahaan. Data ini dikumpulkan secara tidak langsung dari catatan yang tersedia secara publik (Ikhsan et al., 2021). Microsoft Excel 2024 dan SPSS digunakan untuk pengolahan dan analisis data. Metode statistik yang digunakan dalam analisis meliputi statistik deskriptif hingga uji heteroskedastisitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan normalitas, serta uji hipotesis menggunakan t-statistik, F-statistik, dan koefisien determinasi (R²).

Tabel 1. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Variabel	Pengukuran	Skala
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$	Rasio

Likuiditas	$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$	Rasio
Leverage	$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
Pertumbuhan Penjualan	$= \frac{\text{Pertumbuhan Penjualan} \\ \text{Penjualan Tahun Ini} - \text{Penjualan Tahun Sebelumnya}}{\text{Penjualan Tahun Sebelumnya}}$	Rasio

HASIL DAN PEMBAHASAN
Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Likuiditas	351	.242	577.688	7.69999	46.925261
Leverage	351	.002	7.378	.75514	.842449
Pertumbuhan Penjualan	351	-.725	15.343	.19818	1.074010
Nilai Perusahaan	351	.045	44.860	1.94336	4.003289
Valid N (listwise)	351				

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26

Dari PT Ace Oldfields Tbk (KUAS) pada tahun 2022 hingga PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2022, variabel dependen—nilai perusahaan secara keseluruhan yang diukur berdasarkan rasio harga terhadap nilai buku (PBV)—berkisar antara 0,045 hingga 44,860, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 2. Dengan simpangan baku 4,003289 dan rata-rata PBV 1,94336, nilai perusahaan dalam sampel bervariasi cukup signifikan. Sementara itu, variabel independen likuiditas, yang diukur dengan Rasio Lancar, berkisar antara nilai terendah 0,242 pada tahun 2022 di PT Integra Indocabinet Tbk (WOOD) hingga nilai tertinggi 577,688 pada tahun 2024 di PT Buana Artha Anugerah Tbk (STAR). Dengan simpangan baku sebesar 46,925261, data tersebut sangat tersebar, dan nilai likuiditas rata-rata adalah 7,69999. Rasio Utang terhadap Ekuitas (DER) digunakan sebagai proksi untuk variabel leverage, yang berkisar dari 0,002 pada tahun 2022 di PT Buana Artha Anugerah Tbk (STAR) hingga 7,738 pada tahun 2024 di PT Estika Tata Tiara Tbk (BEEF). Terdapat simpangan baku sebesar 0,842449 dan rata-rata DER sebesar 0,75514. Di bawah variabel pertumbuhan penjualan, PT Estika Tata Tiara Tbk (BEEF) mencatat rentang nilai dari -0,725 pada tahun 2022 hingga 15,343 pada tahun 2024. Nilai rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 0,19818 dengan standar deviasi sebesar 1,074010, yang menggambarkan adanya perbedaan laju pertumbuhan penjualan yang cukup beragam di antara perusahaan manufaktur selama periode penelitian.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		258
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	.73854835
Most Extreme Differences	Absolute	.032

	Positive	.028
	Negative	-.032
Test Statistic		.032
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26

Uji normalitas menggunakan teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 3, setelah pengolahan data. Sisa regresi model telah memenuhi asumsi normalitas karena nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$). Karena data telah memenuhi salah satu persyaratan dasar untuk regresi, maka tepat untuk melanjutkan ke langkah analisis berikutnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Likuiditas	.741	1.350
	Leverage	.740	1.352
	PertumbuhanPenjualan	.997	1.003

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26

Variabel likuiditas memiliki faktor inflasi varians (VaR) sebesar 1.350 dan toleransi sebesar 0.741, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4. Nilai toleransi untuk variabel leverage adalah 0.740, dan VIF-nya sebesar 1.352. Variabel pertumbuhan penjualan memiliki VIF sebesar 1,003 dan nilai toleransi 0,997. Berdasarkan hasil ini, semua variabel independen memiliki nilai VIF di bawah 10 dan nilai toleransi di atas 0,10. Akibatnya, masalah multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini dihilangkan, dan proses estimasi tidak terpengaruh oleh hubungan antara variabel independen.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.666 ^a	.444	.437	.69693	2.018

a. Predictors: (Constant), LAG_PertumbuhanPenjualan, LAG_Leverage, LAG_Likuiditas

b. Dependent Variable: LAG_NilaiPerusahaan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26

Tabel 5 menunjukkan bahwa statistik Durbin-Watson menghasilkan nilai 2.018. Pada saat yang sama, 2.1777 merupakan hasil pengurangan d_u dari 4, karena nilai maksimum dalam tabel Durbin-Watson adalah 1.8223. Nilai Durbin-Watson ditemukan berada dalam rentang $1.8223 < 2.018 < 2.1777$, seperti yang ditunjukkan oleh hasil perbandingan. Ketidakhadiran autokorelasi dalam model regresi ditunjukkan oleh persyaratan ini. Karena tidak adanya bias yang disebabkan oleh korelasi residu, estimasi model dapat dianggap valid dan efisien.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.603	.065		9.239	.000
	Likuiditas	.020	.034	.043	.594	.553
	Leverage	.049	.031	.117	1.610	.109
	PertumbuhanPenjualan	.003	.023	.009	.142	.887

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26

Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel likuiditas menghasilkan tingkat signifikansi sebesar 0,553 saat menggunakan pendekatan Glejser, sedangkan leverage menghasilkan tingkat 0,109 dan pertumbuhan penjualan sebesar 0,887. Tingkat signifikansi yang melebihi semua nilai tersebut adalah Sig. > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen model tidak mempengaruhi nilai absolut residu secara signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

Uji Statistik F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji Statistik F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.755	3	41.252	74.746	.000 ^b
	Residual	140.182	254	.552		
	Total	263.937	257			

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan

b. Predictors: (Constant), PertumbuhanPenjualan, Likuiditas, Leverage

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26

Hasil uji statistik F pada Tabel 7 menunjukkan nilai F sebesar 74,746, yang secara statistik signifikan pada tingkat 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hasil ini mendukung hipotesis H1, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan secara signifikan dipengaruhi oleh likuiditas, leverage, dan pertumbuhan penjualan secara bersamaan. Penemuan ini menunjukkan bahwa investor mengambil pandangan holistik terhadap kesehatan keuangan suatu perusahaan saat membuat keputusan investasi, daripada mengandalkan satu indikator keuangan saja. Hasil ini konsisten dengan teori sinyal, yang menyatakan bahwa investor menggunakan data keuangan yang tersedia secara publik untuk membentuk opini tentang kesehatan dan prospek masa depan suatu perusahaan. Jika suatu bisnis memiliki aset likuid yang cukup, artinya perusahaan tersebut dapat dengan mudah membayar tagihan jangka pendeknya. Sementara itu, leverage mencerminkan keyakinan manajemen terhadap potensi pendapatan di masa depan, serta tingkat kepercayaan investor terhadap strategi pendanaan perusahaan. Pertumbuhan penjualan juga memberikan sinyal adanya peluang ekspansi dan peningkatan kinerja operasional. Berbagai sinyal tersebut akan membentuk persepsi positif di kalangan investor, sehingga mendorong meningkatnya kepercayaan dan pada akhirnya berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Veronica et al. (2022), Lestari & Sihono (2023), Rahayu & Suroso (2020), dan Fitriana & Purwohandoko (2022) yang menyimpulkan bahwa likuiditas, leverage, dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa kondisi keuangan serta kinerja operasional perusahaan yang tercermin melalui ketiga variabel tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi pasar. Persepsi inilah yang selanjutnya menjadi dasar bagi investor dalam menilai dan menentukan nilai perusahaan di pasar.

Uji Statistik t (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji Statistik t (Parsial)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.142	.106		-1.337	.182
	Likuiditas	.752	.055	.725	13.639	.000
	Leverage	.610	.050	.651	12.254	.000
	PertumbuhanPenjualan	-.001	.038	-.001	-.023	.982

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26

Dari pengujian uji statistik t, nilai t_{hitung} sebesar 13,639 dengan besaran signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_2 diterima, yang artinya likuiditas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. “Temuan ini mengindikasikan bahwasannya tingkat likuiditas entitas usaha menjadi sebagian indikator keuangan yang dipikirkan oleh penanam modal dalam menilai nilai perusahaan. Hasil penelitian ini searah dengan teori sinyal (*signalling theory*) yang menyebutkan bahwa informasi keuangan yang disampaikan entitas usaha kepada khalayak umum merupakan sinyal bagi penanam modal dalam menilai prospek dan kinerja entitas usaha. Likuiditas yang baik memberikan sinyal bahwasannya entitas usaha mempunyai kapasitas yang memadai dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga mencerminkan kondisi keuangan yang sehat. Sinyal positif tersebut akan meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini searah atau sama dengan hasil penelitian Borges & Wulandari (2023), Sari et al., (2023), dan Maulinda & Hermi (2022) yang menyebutkan bahwasannya likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, bisa diambil simpulan bahwasannya kapasitas entitas usaha dalam melindungi tingkat likuiditas yang optimal mempunyai keharusan penting ketika membentuk padangan penanam modal terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pengujian uji statistik t, nilai t_{hitung} sejumlah 12,254 dengan besaran signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_3 diterima, yang artinya *leverage* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat *leverage* entitas usaha merupakan salah satu indikator keuangan yang diperkirakan oleh investor untuk menilai nilai perusahaan”. Hal ini sama atau searah dengan teori sinyal (*signalling theory*) yang menyebutkan bahwasannya pemakaian utang untuk struktur pendanaan entitas usaha bisa menjadikan sinyal untuk penanam modal berkenaan dengan prospek entitas usaha di masa akan datang. *Leverage* yang dikelola secara optimal mencerminkan kepercayaan manajemen atas kapasitas entitas usaha ketika mendapatkan keuntungan guna memenuhi kewajiban utangnya. Selain itu, penggunaan *leverage* juga mengasihkan manfaat berupa *tax shield*, di mana beban bunga utang dapat memperkecil laba kena pajak entitas usaha. Pengurangan beban pajak tersebut meningkatkan laba setelah pajak yang dapat dinikmati pemegang saham, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Sinyal positif inilah akan membuat kepercayaan penanam modal jadi tinggi sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil dalam penelitian ini searah atau sama dengan hasil penelitian Fitriana & Purwohandoko (2022), Putri & Triyonowati (2025), Aisyah & Sartika (2022), dan Aldi et al., (2020) yang menyebutkan bahwasannya *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan *leverage* yang optimal, disertai dengan pemanfaatan manfaat *tax shield*, memiliki keharusan yang penting dalam meningkatkan nilai perusahaan bagi investor.

Pada tingkat signifikansi 0,982 ($0,982 > 0,05$), nilai t adalah -0,023, berdasarkan hasil uji t. Penolakan terhadap H_4 menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang secara statistik signifikan antara pertumbuhan penjualan dan penilaian perusahaan. Berdasarkan temuan ini, investor belum menganggap pertumbuhan penjualan sebagai indikator nilai perusahaan. Meskipun penjualan meningkat, hal itu tidak berarti laba atau efisiensi operasional otomatis meningkat, menurut penelitian ini. Korelasi langsung antara pertumbuhan penjualan yang tinggi dan peningkatan nilai perusahaan tidak mungkin terwujud jika

peningkatan biaya produksi, pemasaran, atau operasional juga terjadi bersamaan dengan ekspansi tersebut. Karena masalah ini, investor tidak hanya mengandalkan pertumbuhan penjualan sebagai dasar penilaian kesuksesan perusahaan. “Temuan penelitian ini searah atau sama dengan hasil penelitian Rahayu et al., (2020) dan Anita et al., (2023) yang menyebutkan bahwasanya pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu, bisa diambil simpulan bahwasannya pertumbuhan penjualan bukanlah salah satu indikator dalam peningkatan nilai perusahaan, melainkan perlu didukung oleh kinerja keuangan dan operasional yang lebih kuat agar dapat meningkatkan nilai perusahaan bagi investor”.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 ^a	.469	.463	.74290

a. Predictors: (Constant), PertumbuhanPenjualan, Likuiditas, Leverage

b. Dependent Variable: NilaiPerusahaan

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26

Dari hasil pada Table 4.12, diperoleh nilai Adjusted R² sebesar 0,463. Hal ini menerangkan bahwasannya sebesar 46,3% variasi pada variable Nilai Perusahaan dapat diterangkan oleh variasi pada variable Likuiditas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan, sedangkan selebihnya sejumlah 53,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variable lain selain yang ada pada model penelitian ini.

Keterbatasan dan Implikasi Penelitian

Penelitian ini hanya akan fokus pada perusahaan industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2022 hingga 2024. Penelitian ini menunjukkan bahwa agar perusahaan dapat berhasil, mereka perlu menjaga kas yang tersedia, mengelola utang dengan baik, serta meningkatkan penjualan sambil memangkas biaya. Bagi investor, keputusan investasi sebaiknya tidak didasarkan pada satu rasio keuangan saja, melainkan mempertimbangkan berbagai indikator kinerja secara menyeluruh. Untuk hasil yang lebih lengkap, penelitian di masa depan sebaiknya memasukkan unsur-unsur tambahan yang dapat memengaruhi nilai bisnis.

KESIMPULAN

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (IDX) dari tahun 2022 hingga 2024 akan mengalami pengaruh yang signifikan terhadap nilai korporasi mereka dari likuiditas, leverage, dan pertumbuhan penjualan, menurut laporan ini. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di IDX mengalami dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap nilai mereka dari 2022 hingga 2024 akibat leverage dan likuiditas. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak mengalami pengaruh yang signifikan dari pertumbuhan penjualan terhadap nilai korporasi mereka dari 2022 hingga 2024.

DAFTAR LITERATUR

Aisyah, N. R., & Sartika, F. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Financial Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 10(1), 97–108.

Aldi, M. F., Erlina, E., & Amalia, K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2018. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. <https://doi.org/10.22437/jssh.v4i1.9921>

Anita, R., Rahmah, W. A. N. F., Oemar, F., & Rasyid, M. (2023). *Pengaruh Profitabilitas , Ukuran , dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan : Mekanisme dari Struktur Modal*. 2(2), 76–88.

Azzahra, R., & Lekok, W. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Nonkeuangan di Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 3(1), 187–200.

- <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v3i1.1950>
- Borges, D. R., & Wulandari, I. (2023). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Comprehensive Science*, 183(2), 153–164.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2003). *Fundamental Of Financial Management 10th Edition* (10th ed.). South-Western Collage Pub. Retrieved from <https://id.welib.org/md5/3bf2ab6f157bf2182bf7aa1991b5defc>
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Fitriana, N. L., & Purwohandoko, P. (2022). Pengaruh Leverage, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Airlines Company Listed IDX 2011–2020. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 39–50. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p39-50>
- Harahap, S. S. (2018). *Analisis Kritis Laporan Keuangan* (14th ed.). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ikhsan, A., Albra, W., Aziza, N., Hayat, A., Lesmana, S., Muda, I., ... Oktaviani, A. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Thesis & Disertasi* (3rd ed.). Medan: Madenatera.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, (4), 305–360. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=94043Electroniccopyavailableat:http://ssrn.com/abstract=94043http://hupress.harvard.edu/catalog/JENTHF.html>
- Kasmir. (2022). *Analisis Laporan Keuangan* (14th ed.). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Leland, H. E., & Pyle, D. H. (1977). Informational Asymmetries, Financial Structure, and Financial Intermediation: Discussion. *The Journal of Finance*, 32(2), 412. <https://doi.org/10.2307/2326773>
- Lestari, S., & Sihono, A. (2023). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9009–9017. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.2742>
- Maulinda, W., & Hermi. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 7(1), 11–21. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17543>
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors do not Have. *Transfusion*, 63(11), 2120–2130. <https://doi.org/10.1111/trf.17563>
- Nababan, T. S., & Purba, E. F. (2023). Labour Absorption In Manufacturing Industry In Indonesia: Anomalous And Regressive Phenomena. *Asean Internatonal Journal of Business*, 1(1), 60.
- Oktaviani, D., Satriansyah, A., & Widianingrum, E. (2024). The Effect of Profitability, Company Size and Leverage on Company Value. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 12(2), 207–218. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v12i2.2504>
- Putri, S. K., & Triyonowati. (2025). Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 14(1), 112–128. <https://doi.org/10.36080/jak.v14i1.3707>
- Rahayu, V. S., Mustikowati, I. R., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI periode 2015–2018). *Journal Riset Mahasiswa Manajemen - JRMM*, 6(1), 1–5. Retrieved from <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/4467>
- Riski. (2025, October). Perusahaan Manufaktur Adalah Sektor Penting di Indonesia, Ini Alasannya! *MANAKOR: Manajemen Korporat*. Retrieved from <https://manajemenkorporat.id/perusahaan-manufaktur-adalah/>
- Rizkinanda, A. Y. (2019). Pengaruh Likuiditas, Manajemen Aset, Leverage, Profitabilitas dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indoensia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 19(4), 555–566.
- Ross, Stephan A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2017). *Essentials of Corporate Finance* (Asia

Global Edition).

- Ross, Stephen A. (1997). The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach. *CFA Digest*, 27(1), 5–7. <https://doi.org/10.2469/dig.v27.n1.2>
- Sari, D. N. S., & Purbowati, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2087–2099.
- Sari, S. W. H. P., Layli, M., Marsuking, Wibisono, D., Wibowo, A., Maula, D. I., ... Hasbi, M. Z. N. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2019- 2021. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 123. [https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12\(2\).142-149](https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12(2).142-149)
- Spence, M. (1973). Job Market Signalling. In *Quarterly Journal of Economics* (Vol. 87). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-214850-7.50025-5>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (19th ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Veronica, C., Aprilyanti, R., & Jenni. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *ECo-Buss*, 4(41), 635–646.
- Widyananda, H. N., & Jonathan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(2), 809–817. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i2.19578>