

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

IDX.co.id – Keadaan saat ini Industri telekomunikasi Indonesia menghadapi tantangan besar di 2025, termasuk bagi perusahaan menara dan penyedia jaringan serat optik. Riset terbaru dari Verdhana Sekuritas, yang dirilis pada 18 Februari 2025, menyoroti persaingan ketat di sektor seluler yang berdampak negatif terhadap penyedia infrastruktur pasif. Menurut Verdhana, tanpa adanya perbaikan pasar, peningkatan kualitas jaringan internet seluler maupun *fixed broadband* sulit terwujud. Berdasarkan perbandingan dengan negara lain di kawasan Asia, Indonesia masih tertinggal dalam beberapa aspek, seperti pendapatan rata-rata per pengguna (ARPU), kecepatan internet tetap (*fixed broadband*), dan kecepatan internet seluler. Selain itu, rasio EBITDA(penjualan) terhadap aset menunjukkan tren menurun pada Telkomsel, sementara XL Axiata mulai stagnan. Hanya Indosat yang menunjukkan peningkatan, meskipun ada indikasi tren ini bisa mendatar dalam jangka menengah. Verdhana Sekuritas menilai bahwa perbaikan pasar sangat penting untuk keberlanjutan sektor telekomunikasi. Operator diharapkan lebih fokus pada profitabilitas ketimbang sekadar mengejar pangsa pasar.

“Hal ini berlaku baik di wilayah Jawa maupun di luar Jawa. Kami menilai bahwa basis pendapatan yang lebih besar dan terus tumbuh akan lebih menguntungkan bagi para stakeholder (pemangku kepentingan) dibandingkan sekadar pangsa pasar,” kata analis Verdhana.(www.idx.co.id)

Selain itu, kenaikan ARPU (*Average Revenue Per User*) dinilai lebih efektif dibanding sekadar menambah jumlah pelanggan, mengingat ARPU Indonesia masih lebih rendah dibanding negara-negara Asia lainnya.

Dalam industri telekomunikasi, ARPU sering digunakan untuk mengukur profitabilitas operator seluler atau penyedia layanan internet.

Perhitungannya biasanya dilakukan dengan membagi total pendapatan dengan jumlah pelanggan aktif. Persaingan yang ketat telah menyebabkan harga starter pack menjadi terlalu murah, yang berdampak pada tingginya angka perpindahan pelanggan.

Perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan komunikasi dan data digital. Sektor telekomunikasi memiliki peran strategis dalam mendukung transformasi digital nasional serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini tercermin dari besarnya nilai perusahaan (*firm value*) perusahaan-perusahaan telekomunikasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), seperti PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, PT Indosat Tbk, PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Telecom Tbk, dan PT Bakrie Telecom Tbk.

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja, stabilitas, dan prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan investor yang baik, yang pada umumnya tercermin melalui harga saham dan kapitalisasi pasar perusahaan. Berdasarkan data pasar, nilai perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk mencapai sekitar Rp 263 triliun, sedangkan PT Indosat Tbk sekitar Rp 63 triliun. Di sisi lain, PT Bakrie Telecom Tbk memiliki nilai perusahaan yang relatif kecil, yakni sekitar Rp 2 triliun. Perbedaan nilai perusahaan yang cukup signifikan ini menunjukkan adanya faktor-faktor fundamental yang memengaruhi pembentukan nilai perusahaan di sektor telekomunikasi.

Salah satu faktor fundamental yang diyakini berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah likuiditas.

Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas yang baik mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang sehat serta kemampuan perusahaan dalam mengelola aset lancarnya. Berdasarkan laporan keuangan perusahaan telekomunikasi, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk memiliki rasio lancar (*current ratio*) rata-rata di atas 1,0, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sebaliknya, beberapa perusahaan seperti PT Bakrie Telecom Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk menunjukkan rasio

likuiditas di bawah 1,0 pada beberapa periode, yang mengindikasikan tekanan likuiditas.

Likuiditas yang rendah dapat menimbulkan risiko finansial, menurunkan kepercayaan investor, dan pada akhirnya berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Namun, likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat menunjukkan adanya dana menganggur yang tidak dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan operasional atau investasi. Oleh karena itu, hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut, khususnya pada perusahaan telekomunikasi yang memiliki kebutuhan investasi modal yang besar.

Selain likuiditas, pertumbuhan penjualan (*sales growth*) juga merupakan faktor penting yang memengaruhi nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari aktivitas operasionalnya. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi umumnya dipersepsikan memiliki prospek usaha yang baik, sehingga dapat meningkatkan minat investor dan mendorong kenaikan nilai perusahaan.

Data menunjukkan bahwa PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk dan PT Indosat Tbk memiliki tingkat pertumbuhan pendapatan tahunan positif dalam beberapa tahun terakhir, dengan rata-rata pertumbuhan penjualan di kisaran 5–10% per tahun. Sementara itu, PT XL Axiata Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk mengalami fluktuasi pertumbuhan penjualan, bahkan mencatat pertumbuhan negatif pada beberapa periode akibat ketatnya persaingan industri dan tingginya biaya operasional. PT Bakrie Telecom Tbk juga menunjukkan pertumbuhan penjualan yang relatif rendah dan tidak stabil.

Fluktuasi pertumbuhan penjualan tersebut menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan telekomunikasi mampu memanfaatkan peluang pasar secara optimal. Pertumbuhan penjualan yang rendah atau negatif dapat menurunkan ekspektasi investor terhadap kinerja perusahaan di masa depan, sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Sebaliknya, pertumbuhan penjualan yang konsisten dapat menjadi sinyal positif (*positive signal*) bagi investor dalam menilai prospek perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa likuiditas dan pertumbuhan penjualan memiliki peran penting dalam menentukan nilai perusahaan. Namun, adanya perbedaan kondisi keuangan dan kinerja penjualan antar perusahaan telekomunikasi menimbulkan ketertarikan untuk mengkaji lebih dalam sejauh mana likuiditas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Saya akan menampilkan data statistic likuiditas perusahaan telekomunikasi pada tahun 2021-2024, sebagai berikut.

Data Statistik Likuiditas Perusahaan Telekomunikasi (Rasio 2021-2024)

Perusahaan	2021	2022	2023	2024
Telkom Indonesia	~0,89	~0,78	~0,78	~0,82
Indosat Ooredoo Hutchison	~0,40	~0,52	~0,45	~0,48
XL Axiata	NA	NA	~0,36	~0,40
Smartfren Telecom	NA (terbatas)	NA	NA	NA
Bakrie Telecom	~0,02	~0,02	~0,04	NA

PERAN PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DI BURSA EFEK

Perusahaan telekomunikasi juga merupakan perusahaan yang memiliki peran terhadap Bursa Efek Indonesia (BEI). Bukan hanya sebagai penyedia layanan telekomunikasi, berikut akan saya lampirkan peran perusahaan telekomunikasi didalam Bursa Efek Indonesia.

1. Kontributor Kapitalisasi Pasar

Perusahaan besar seperti PT Telkom Indonesia Tbk (TLKM) adalah salah satu emiten dengan kapitalisasi pasar terbesar di BEI.

Telkom Indonesia sering masuk dalam LQ45, IDX30, dan indeks lainnya karena tingkat likuiditas dan kapitalisasi yang tinggi.

Indosat (ISAT) dan XL Axiata (EXCL) juga berkontribusi dalam sektor infrastruktur dan telekomunikasi di BEI.

Per Oktober 2024, TLKM memiliki kapitalisasi pasar lebih dari Rp 400 triliun, menjadikannya salah satu dari Top 10 emiten BEI.

2. Menjadi Barometer Sektor Teknologi & Infrastruktur Digital

Industri telekomunikasi dianggap sebagai tulang punggung digitalisasi nasional (termasuk UMKM digital, industri 4.0, e-commerce, hingga pemerintahan digital).

Maka, kinerja saham perusahaan telekomunikasi sering dijadikan barometer kepercayaan investor terhadap sektor digital Indonesia.

Kinerja TLKM, EXCL, dan ISAT bisa mencerminkan:

Kecepatan adopsi teknologi Tingkat penetrasi internet

Kekuatan belanja digital masyarakat

3. Menarik Investor Asing & Domestik

Emiten telekomunikasi memiliki volume transaksi tinggi dan likuiditas kuat, membuat mereka menarik bagi investor institusi (dalam dan luar negeri).

TLKM dan ISAT termasuk saham dengan tingkat kepemilikan asing tinggi.

4. Sumber Dividen Stabil (Dividen Stocks)

Emiten seperti TLKM rutin membagikan dividen setiap tahun dengan yield yang cukup menarik.

Hal ini menjadikan mereka sebagai pilihan utama investor jangka panjang dan pencari penghasilan pasif. TLKM membagikan dividen tunai hingga Rp 15–16 triliun per tahun, menjadikannya salah satu pembayar dividen terbesar di Indonesia. Faktor yang sangat penting untuk nilai perusahaan yaitu dengan memperhatikan likuiditas dan pertumbuhan penjualan. Masalah likuiditas merupakan masalah penting dalam perusahaan yang relatif sulit dipecahkan.

Dipandang dari sisi kreditur, perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi merupakan perusahaan yang baik karena dana jangka pendek kreditur yang dipinjam perusahaan dapat dijamin oleh aktiva lancar yang jumlahnya relatif lebih banyak. Tetapi jika dipandang dari sisi manajemen, perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi menunjukkan kinerja manajemen yang kurang baik karena likuiditas yang tinggi menunjukkan adanya saldo kas yang tidak digunakan,

persediaan yang relatif berlebihan, atau karena manajemen kredit perusahaan yang kurang baik sehingga mengakibatkan tingginya piutang usaha. Masalah likuiditas juga dapat dipandang sebagai masalah penting jika dilihat dari besarnya dana yang diinvestasikan dalam aktiva lancar. Sehingga likuiditas merupakan aspek yang sangat penting dalam operasional perusahaan.

Menurut Kasmir (2017: 122) bahwa rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur seberapa likuid suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan seluruh komponen yang ada di aktiva lancar dengan komponen di pasiva lancar (utang jangka pendek). Menurut Atmajaya (2013: 416) rasio likuiditas, yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban financial yang berjangka pendek tepat pada waktunya.”

Likuiditas merupakan salah satu tolak ukur bagi investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Karena jika likuid maka akan memperkuat kepercayaan masyarakat, ataupun pihak kreditur pada perusahaan tersebut. Sebagaimana diketahui bahwa dana perusahaan sebagian berasal dari pihak kreditur/eksternal maka perusahaan perlu untuk mempertimbangkan likuiditas perusahaan. Salah satu ukuran likuiditas yakni *current ratio*. Pemilihan *current ratio* karena rasio ini sangat familiar dalam menggambarkan tingkat likuiditas dan merupakan ukuran yang baik bagi kelangsungan aktivitas perusahaan. Disamping itu masalah *current ratio* merupakan *trade off* yang senantiasa dihadapi oleh manajer. Manajer harus mampu melakukan perencanaan dan pengendalian aktiva lancar dan hutang lancarnya sedemikian rupa sehingga dapat meminimalisasi risiko ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi hutang-hutang jangka pendeknya, selain itu manajer harus menghindari investasi dalam aktiva lancar yang berlebihan.

Likuiditas yang kurang baik tentu akan berpengaruh terhadap tingkat nilai perusahaan. Hal tersebut sebagaimana menurut Veithzal (2017) bahwa upaya perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan sering terkendala pada likuiditas. Likuiditas adalah kemampuan manajemen perusahaan dalam menyediakan dana yang cukup untuk memenuhi kewajibannya setiap saat. Secara sederhana arti likuiditas adalah tersedianya uang kas yang cukup apabila sewaktu-waktu

diperlukan. Bagi perusahaan, masalah likuiditas penting sekali karena berkaitan dengan perusahaan sedapat mungkin harus mencoba untuk memenuhi kebutuhan aset lancar dalam menutupi hutang lancar sehingga dengan hal ini maka akan meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan diartikan bahwa

Menurut Gultom (2019) likuiditas yang tinggi menunjukkan peluang pertumbuhan Perusahaan cenderung berada di sisi yang tinggi. Semakin likuid perusahaan, semakin tinggi likuiditasnya dan tingkat kepercayaan kreditur untuk meminjamkan uang atau memberikan dana agar bisa meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur dan calon investor. Semakin besar ukuran perusahaan, maka akan lebih mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan yang bagus baik internal ataupun eksternal, Sehingga perusahaan mampu mendapatkan lebih banyak sumber pendanaan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan memperoleh lebih banyak lagi peluang agar mampu mendapatkan laba yang lebih tinggi.

Dengan semakin tingginya perolehan laba maka akan menaikkan harga saham perusahaan dan pada akhirnya juga akan menaikkan nilai perusahaan. Semakin tinggi likuiditas maka semakin baik posisi perusahaan. Perusahaan memiliki kemungkinan kemampuan untuk membayar kewajibannya tepat waktu, perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendek akan mendapat respon yang positif oleh pasar. Menurut Ida dkk (2019) dan didukung oleh Menawati (2017) menemukan bahwa likuiditas pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Bila perusahaan mampu memelihara likuiditasnya dengan baik, maka kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik dan dapat memberikan dampak yang positif pada perusahaan.

Selain tingkat Likuiditas, pertumbuhan penjualan juga menjadi factor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah perbedaan antara total penjualan periode sekarang dengan periode sebelumnya (Harahap,2016). Pertumbuhan penjualan dapat dijelaskan dengan peningkatan volume Penjualan dari tahun ke tahun atau periode demi periode. Pertumbuh Penjualan mencerminkan tingkat keberhasilan investasi selama periode waktu tertentu dan dapat digunakan sebagai prediktor pertumbuhan masa depan

(Barton 1989) dalam (Mardiyati dkk. 2015). Pertumbuhan perusahaan terbukti jika meningkatnya penjualan. Dengan meningkatkan penjualan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan, sehingga perusahaan dapat membayar biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam industri. Tingkat pertumbuhan Perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan laba Tandai peluang masa depan. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat jika terbukti meningkatnya volume penjualan, dengan menaikkan volume penjualan, Kemudian perusahaan akan dapat meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan, sehingga perusahaan dapat membayar biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dikatakan Indikator permintaan dan daya saing perusahaan di dalam industri. Tingkat pertumbuhan Perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan laba pada kesempatan-kesempatan di masa depan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Ida (2019) menyata bahwa Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka investor akan tertarik menanamkan modal di perusahaan tersebut yang akan mengakibatkan peningkatan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Susetyowati dan Handayani (2020) mengemukakan nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Sehingga nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan semua pemilik perusahaan. Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Pihak manajemen perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk mengelola perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Harga pasar saham merupakan cerminan dari setiap keputusan keuangan yang diambil oleh manajemen, sehingga nilai perusahaan merupakan akibat dari tindakan manajemen. Nilai perusahaan merupakan ukuran keberhasilan atas pelaksanaan fungsi fungsi keuangan. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai ekspektasi nilai investasi pemegang saham (harga pasar ekuitas)

atau ekspektasi nilai total perusahaan (harga pasar ekuitas ditambah dengan nilai pasar hutang), atau ekspektasi harga pasar aktiva.

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham.

Harga saham yang tinggi berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik menjadi prospek perusahaan yang positif di masa depan. Menurut Harahap Dan Syafri. (2020) berpendapat bahwa bagi perusahaan yang belum go public nilai perusahaan merupakan sejumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah go public nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal. Nilai perusahaan terlihat pada harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan (Sutrisno, 2021). Nilai perusahaan dapat memakmurkan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Dimana pengukuran atas nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV). Menurut Husnan. S dan Pudjiastuti (2021) PBV merupakan perbandingan antara harga pasar dan nilai buku saham. Untuk perusahaan yang berjalan dengan baik, menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Semakin tinggi rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai dari para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang ditanamkan oleh perusahaan. Jadi, *price book value* adalah Perbandingan dengan harga saham dengan nilai buku saham (Dharma 2023). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu likuiditas dan pertumbuhan penjualan. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang mana dapat meningkatkan nilai perusahaan karena nilai hutang yang sedikit namun nilai likuiditas yang tinggi juga menunjukkan banyak dana perusahaan yang mengganggu yang pada akhirnya mengurangi kemampuan laba perusahaan. Likuiditas

merupakan ukuran kinerja perusahaan dalam kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang segera harus dilunasi yaitu kewajiban keuangan yang jatuh temponya sampai dengan 1 tahun (Situmeang, 2018).

Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban finansialnya secara tepat waktu berarti perusahaan dalam keadaan likuid dan perusahaan tersebut punya alat pembayaran ataupun aktiva yang lebih besar dari hutang lancarnya. Jadi, dengan melihat likuiditas suatu perusahaan pihak kreditur juga dapat menilai baik buruknya perusahaan tersebut. Menurut Kennedy dan Yanis (2019) rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kumpulan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Artinya perusahaan mampu membayar utang ketika ditagih atau utang yang sudah jatuh tempo. Jika perusahaan tidak mampu atau mengalami keterlambatan dalam membayar utang, hal ini akan mengakibatkan nilai perusahaan di mata investor, dan peminjam modal kurang baik sehingga mereka akan mempertimbangkan atau ragu-ragu dalam investasi dan meminjamkan modalnya kembali. Menurut Dewi dan Sujana (2019) rasio likuiditas ini untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek. Besar kecilnya rasio likuiditas dapat diukur dengan menggunakan rasio lancar (current ratio), rasio kas dan rasio cepat.

Salah satu rasio yang sering digunakan dalam menghitung tingkat likuiditas yaitu rasio lancar (current ratio). Rasio lancar mengukur kemampuan perusahaan memenuhi utang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya dan rasio ini digunakan untuk mengetahui kesanggupan memenuhi kewajiban jangka pendek karena rasio ini menunjukkan seberapa jauh tuntutan dari kreditur jangka pendek dipenuhi oleh aktiva yang diperkirakan akan menjadi uang tunai dalam periode yang sama dengan jatuh tempo utang. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya atau membayarkan dividen kepada para pemegang saham tepat pada waktunya.

Semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin baik posisi perusahaan. Terdapat kemungkinan untuk perusahaan membayar kewajibannya tepat waktu, kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek akan ditanggapi positif oleh pasar, pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan saat tingkat likuiditas

tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Maka likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Candra, 2022). Selain tingkat likuiditas, pertumbuhan penjualan juga dapat meningkatkan nilai pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan adalah proses penambahan ukuran atau volume dari penjualan. Pertumbuhan atas penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Perusahaan yang baik tentunya memiliki penjualan yang terus bertumbuh karena penjualan merupakan ujung tombak kegiatan perusahaan.

Penjualan menjadi sebuah hal yang sangat penting bagi perusahaan, sebab nilai keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari suatu aktivitas penjualan menjadi sumber yang membentuk nilai keseluruhan perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan kinerja pemasaran suatu perusahaan dan kemampuan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan penjualan yang semakin meningkat maka akan mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor semakin percaya dan yakin untuk menanamkan dananya pada perusahaan (Jogi dan Tarigan (2024). Semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan membantu perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi usahanya dengan begitu semakin meningkatnya nilai perusahaan (Dramawan, 2015).

Pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan dimasa yang akan datang. Apabila dalam pertumbuhan penjualan dikatakan baik dan semakin meningkat, maka dapat mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan suatu harapan dari pemilik perusahaan. Penjualan memiliki pengaruh yang besar bagi perusahaan dalam mendapatkan profit atau keuntungan yang harus didukung dengan harta atau aktiva perusahaan. Bursa Efek Indonesia telah menjadi bagian penting dalam suatu perekonomian Indonesia. Selain dalam pendanaan yang diperoleh dari sektor telekomunikasi, pasar modal pada Bursa Efek Indonesia dapat menjadi suatu alternatif pendanaan bagi semua sektor perusahaan di Indonesia yang memungkinkan bagi para

pemodalnya untuk dapat membuat pilihan atas suatu investasi yang diinginkan sesuai dengan risiko dan tingkat keuntungan yang diharapkan

Berikut akan disajikan tabel dari data keuangan untuk 5 perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.1
Laporan Keuangan 5 Perusahaan Telekomunikasi Di BEI
(dalam jutaan) 2021 – 2025

Sumber : www.idx.co.id (2025)

NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	ASET LANCAR	UTANG LANCA R	PENJUALAN	PBV	RASIO LIKUIDITAS
PT. Bakri Telecom Tbk	2021	45.641	8.231.093	401.620	0.2	0,055
	2022	43.516	8.191.029	172.005	-0.12	0,053
	2023	5.266	8.933.611	7.871	-0.13	0,01
	2024	1.616	10.096.465	8.526	-0.12	0,00
PT. Indosat Tbk	2021	9.456.222	20.976.095	26.768.525	2.25	0,45
	2022	8.073.481	19.086.592	29.184.624	0.090	0,42
	2023	9.479.271	16.200.457	29.926.098	0.025	0,58
	2024	7.906.525	21.048.365	23.139.551	0.226	0,37
PT. XL Axiata Tbk	2021	10.151.064	15.748.023	22.876.182	2.21	0,64
	2022	6.806.863	14.477.039	21.341.425	1.18	0,47
	2023	7.180.742	15.226.516	22.875.662	1.46	0,47
	2024	7.058.652	15.733.294	22.938.812	0.99	0,44
PT. Smartfren Telecom Tbk	2021	2.123.089	5.234.111	3.025.755	0.77	0,40
	2022	2.318.664	5.124.263	3.637.385	0.202	0,45
	2023	2.570.225	6.411.201	4.668.495	0.283	0,40
	2024	1.987.582	6.113.366	5.490.311	0.176	0,32
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk	2021	47.981.876	32.097.009	102.470	3.35	1,49
	2022	47.701.000	39.762.000	116.333	4.32	1,19
	2023	47.561.000	45.376.000	128.256	3.99	1,04
	2024	43.268.000	46.261.000	130.784	3,50	0,93

Berdasarkan dari data diatas bisa terlihat fenomena permasalahan pada PT Bakrie Telecom Tbk dan PT Indosat Tbk. PT Bakrie Telecom Tbk tahun 2024 terjadi penurunan drastis pada aset lancar,serta hutang lancar mengalami peningkatan sedangkan penjualan perusahaan mengalami fluktuatif dimana terjadi kenaikan pada tahun 2024 walaupun tidak terlalu signifikan. Sedangkan pada PT Indosat Tbk pada tahun 2024 aset lancar mengalami penurunan, pada hutang lancar terus mengalami kenaikan yang cukup besar, tetapi dari segi penjualan mengalami fluktuatif, dimana pada tahun 2022 sampai 2023 penjualan mengalami kenaikan, hingga pada tahun 2024 penjualan mengalami kondisi penurunan walupun tidak terlalu signifikan.

Dalam laporan keuangan dari diatas yang dapat dilihat dari jumlah aset lancar untuk 5 perusahaan yaitu PT Bakrie Telecom Tbk, PT Indosat Tbk, PT XL Axiata Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk untuk tahun 2021 sampai tahun 2024 masih jauh berada dari jumlah hutang lancar perusahaan. Sedangkan untuk PT Telekomunikasi Indonesia Tbk jumlah aset lancar melebihi dari jumlah hutang lancar perusahaan

Besarnya hutang lancar perusahaan dibandingkan dengan aset lancar perusahaan menunjukkan bahwa harta perusahaan untuk membayar utang lancarnya mengalami penurunan, hal ini menunjukkan bahwa tingkat likuid perusahaan mengalami penurunan. Menurut Yogi dan Tarigan (2024) menyatakan bahwa “Ketidakmampuan perusahaan membayar kewajibannya terutama jangka pendek disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu: dikarenakan memang perusahaan sedang tidak memiliki dana sama sekali, atau mungkin saja perusahaan memiliki dana, namun saat jatuh tempo perusahaan tidak memiliki dana. Sedangkan untuk jumlah penjualan perusahaan untuk ke 5 perusahaan dalam waktu 2021 sampai tahun 2024 cenderung mengalami peningkatan. Menurut Prasetyorini (2022) tujuan umum penjuaxlan dalam perusahaan yaitu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba tertentu dan untuk menunjang pertumbuhan perusahaan.

Dan untuk laba perusahaan ditahun jumlah laba untuk untuk 4 perusahaan yaitu PT Bakrie Telecom Tbk, PT Indosat Tbk, PT XL Axiata Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk untuk tahun 2021 sampai tahun 2024 mengalami

penurunan, bahkan perusahaan mengalami kerugian. Sedangkan untuk PT Telekomunikasi Indonesia Tbk untuk laba perusahaan ditahun 2022 sampai tahun 2024 mengalami peningkatan. Penurunan yang terjadi atas laba perusahaan terjadi dikarenakan besarnya biaya atas hutang yang dikeluarkan oleh perusahaan. Menurut Iryana (2018) menyatakan bahwa tujuan akhir ingin dicapai perusahaan terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Berdasarkan dari peneliti sebelumnya. Peneliti Ni Kadek Ayu (2016) dimana hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan investment opportunity set berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024, likuiditas dan pertumbuhan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024. Berdasarkan dari uraian diatas sangat penting dalam pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan dari likuiditas dan juga dari tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan , maka penulis tertarik untuk mengangkat judul mengenai“ Pengaruh Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2024”.

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang membayar utangnya serta dividen tepat pada waktunya membuat para investor lebih royal dan tidak ragu-ragu untuk meminjamkan dananya kembali ke perusahaan tersebut dan hal ini juga membuat nilai perusahaan di mata investor maupun kreditur baik. Semakin tinggi nilai likuiditas maka semakin baik posisi perusahaan. Terdapat kemungkinan untuk perusahaan membayar kewajibannya tepat waktu, kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek akan ditanggapi positif oleh pasar, pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan saat tingkat likuiditas tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Maka likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Iryana, 2018).

1.2 Identifikasi Masalah

1. Pentingnya manajemen perusahaan untuk memperhatikan likuiditas pada aspek yang berdampak terhadap nilai perusahaan
2. Pentingnya menjaga kestabilan pertumbuhan penjualan sehingga menjaga kualitas perusahaan dari nilai perusahaan

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Periode penelitian dibatasi pada tahun 2021–2024.
3. Variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini adalah likuiditas dan pertumbuhan penjualan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?
3. Apakah likuiditas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat dibuat tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, baik bagi peneliti, perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya. Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran dan pemahaman mengenai kondisi likuiditas, pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

3. Manfaat Bagi Akademis,

Penelitian ini dapat dijadikan perbandingan dan tambahan referensi yang dapat digunakan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya dengan penelitian yang sama.