
PENGARUH SALES GROWTH, QUICK RATIO, KEPEMILIKAN GOODWILL, PENGUNGKAPAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Devinsa Aurelle Gunawan, Hamfri Djajadikerta, Amelia Setiawan, Samuel Wirawan

Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia

Email: 6042001005@student.unpar.ac.id, talenta@unpar.ac.id, amelias@unpar.ac.id, samuelwirawan@unpar.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian yang dibuat ini untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal secara parsial serta simultan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 27. Objek penelitian ini adalah perusahaan pada sektor konstruksi, *real estate*, dan properti yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Sampel diambil dengan cara *purposive sampling*. Jumlah sampel terdiri dari 15 perusahaan selama 3 tahun dengan total 45 data sampel. Metode pengolahan data yang digunakan dengan teknis statistik. Penelitian ini dilakukan karena pada tahun 2021 di mana seharusnya perusahaan dapat meningkatkan harga saham setelah dampak COVID-19, namun banyak perusahaan yang mengalami penurunan harga saham. Fenomena tersebut yang mendorong peneliti mencari faktor-faktor yang dapat ditingkatkan perusahaan untuk meningkatkan harga saham. Hasil penelitian menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dan pengungkapan pengendalian internal berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Namun *quick ratio* dan kepemilikan *goodwill* tidak dapat dibuktikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, keempat variabel di atas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *sales growth, quick ratio, kepemilikan goodwill, pengungkapan pengendalian internal, nilai perusahaan.*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of sales growth, quick ratio, goodwill ownership, and disclosures of internal control partially and simultaneously on firm value. This research was processed using the SPSS application version 27. The object of this research are companies in the construction, real estate, and property sectors that are listed on the Bursa Efek Indonesia (BEI) in 2019-2021. Samples were taken by means of purposive sampling. The number of samples consists of 15 companies for 3 years with a total of 45 sample data. Data processing methods used with technical statistics. This research was conducted because in 2021 when companies should be able to increase their stock prices after the impact of COVID-19, but in the reality many companies experienced a decline in stock prices. This phenomenon encourages researchers to look for factors that can be improved by companies to increase their stock prices. The result of the study stated that sales growth and disclosures of internal control had a partial effect on firm value. However, quick ratio and goodwill ownership can not be partially proven against firm value. Simultaneously, the four variables above have an effect on firm value.

Keyword: *sales growth, quick ratio, goodwill ownership, disclosure of internal control, firm value.*

PENDAHULUAN

Banyak perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan *title "go public"* atau *Initial Public Offering* (IPO). Menurut Harahap (2011), IPO atau penawaran umum perdana merupakan sebutan hukum bagi kegiatan suatu entitas untuk menawarkan dan menjual efek-efek yang ditimbulkan oleh entitas dalam bentuk saham atau efek kepada masyarakat, yang bertujuan untuk *financing* dari eksternal entitas yaitu *financing equity* (saham). Perusahaan *go public* memiliki tujuan yaitu bertahan dalam jangka waktu yang panjang dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan (Chandra & Djajadikerta, 2017). Nilai perusahaan dapat menjadi gambaran secara keseluruhan keadaan perusahaan pada tahun tersebut (Wati et al., 2022). Apabila nilai perusahaan meningkat, perusahaan dapat menjamin keberlangsungan dan memastikan para investor pemegang saham akan mendapatkan dividen di masa yang akan datang (Indriyanto, 2022).

Menurut Repi, Murni, dan Adare (2016) dalam Dewanti dan Djajadikerta (2018), nilai perusahaan adalah nilai mata uang saham di mana investor bersedia untuk membyaar setiap lembar saham perusahaan, dengan kata lain nilai perusahaan dapat menjadi pandangan investor terhadap penilaian perusahaan yang selalu dihubungkan dengan harga saham. Perusahaan sangat perlu untuk mempertahankan serta meningkatkan nilai perusahaan setiap tahunnya agar dapat dinilai menarik oleh para investor. Didukung dengan pengertian Repi, et al. (2016) dalam Dewanti dan Djajadikerta (2018), perusahaan perlu menjaga stabilitas harga saham dan terus berusaha untuk meningkatkan harga saham yang dimiliki. Namun banyak perusahaan yang masih sulit untuk mempertahankan harga saham terlebih saat menghadapi kondisi yang tidak menentu seperti COVID-19 pada tahun 2020 lalu.

Situasi COVID-19 mengakibatkan beberapa perusahaan sangat sulit beroperasi dan beradaptasi sehingga mengakibatkan harga saham menjadi menurun di Maret 2020, terlebih industri sektor konstruksi, *real estate*, dan properti di Indonesia (Jufita & Meini, 2022). Menurut Amanberga dan Abdi (2022), industri sektor properti dan *real estate* mengalami penurunan harga saham sejak Maret 2020 dan mulai bangkit kembali pada tahun 2021. Pada kenyataannya, banyak perusahaan di industri konstruksi, *real estate*, dan properti pada tahun 2021 mengalami penurunan dan tidak bisa bangkit dari dampak COVID-19 yang ada. Berikut ini data persentase peningkatan (penurunan) harga saham penutupan pada industri sektor konstruksi, *real estate*, dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2021:

Tabel 1. Perubahan Harga Saham

Tahun	Percentage peningkatan (Penurunan)
2020	(13,96%)
2021	(10,41%)

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Penurunan yang terjadi akan menyebabkan investor menjadi kurang tertarik dan kurang percaya kepada perusahaan karena perusahaan dinilai kurang dapat mengelola sumber daya dengan baik dan tidak fokus dalam mencapai tujuan perusahaan (Digdowiseso & Rianasari, 2023). Perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan serius agar dapat dengan segera meningkatkan nilai perusahaan dan menarik para investor. Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan namun perusahaan seringkali hanya melihat ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas (*profitability*), pertumbuhan aset (*asset growth*), DER (*Debt Equity Ratio*), dan risiko keuangan (*financial risk*). Selain faktor yang disebutkan masih banyak faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor yang diprediksi dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan (*sales growth*). Penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan, peningkatan yang dialami perusahaan terkait penjualan memberikan dampak yang besar terhadap profit perusahaan. Dengan meningkatnya profit perusahaan dapat dikatakan pula semakin baik nilai suatu perusahaan tersebut (Meini & Istikharoh, 2022). Selain itu, peningkatan penjualan mengartikan kegiatan operasi sebuah perusahaan berjalan dengan baik dan keberlangsungan perusahaan terjamin. Hasil penelitian Fajriah, Idris, dan Nadhiroh (2022) menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Hansen dan Juniarti (2014) menunjukkan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Quick ratio merupakan faktor lain yang diprediksi dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Quick ratio* menggambarkan tingkat likuiditas sebuah perusahaan untuk memenuhi kewajiban perusahaan. Dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan menarik para investor untuk melakukan investasi karena hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengalami kendala mengenai pembayaran hutang ataupun pengeluaran yang diperlukan oleh perusahaan, sehingga dapat dikatakan dengan tingginya *quick ratio* akan meningkatkan nilai sebuah perusahaan (Digidowiseiso & Santika, 2022). Hasil penelitian Devi dan Rimawan (2022) menunjukkan bahwa *quick ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Tanapuan, Rinofah, dan Maulida (2022) menunjukkan bahwa *quick ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kepemilikan *goodwill* oleh perusahaan disangkap pula berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Goodwill* tergolong ke dalam aset tidak berwujud yang bisa menjadi salah satu pertimbangan investor dalam menilai sebuah perusahaan. *Goodwill* hanya boleh diakui saat ada penggabungan atau kombinasi 2 (dua) perusahaan. Apabila perusahaan memiliki *goodwill* sebagai aset perusahaan, berartikan perusahaan memiliki sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk masa depan perusahaan. Menurut Erawati dan Sudana (2005) dalam Anggraeni, Sukarmanto, dan Fadilah (2019), aset tidak berwujud dan aset tetap dapat menentukan nilai perusahaan dan juga kinerja keuangan perusahaan apabila menjadi satu kesatuan secara bersama-sama. Hasil penelitian Syafitri (2020) menunjukkan bahwa kepemilikan *goodwill* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Yani (2017) menunjukkan bahwa kepemilikan *goodwill* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Investor tidak hanya mempertimbangkan faktor finansial perusahaan, sering kali investor melihat faktor non-finansial dalam perusahaan sebagai penentuan untuk berinvestasi. Faktor non-finansial yang disangka memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah pengungkapan pengendalian internal di perusahaan. Pengendalian internal berfungsi sebagai pengawasan dan pencegahan terjadinya kecurangan yang terjadi antar pihak yang telah dijelaskan pada *agency theory*. Perbedaan kepentingan antara *principal* dan *agent* menyebabkan timbulnya *agency cost* salah satunya berupa pengendalian internal. Menurut Chen dan Shi (2012) dalam Ariani dan Weli (2022), semakin tinggi indeks pengendalian internal, semakin tinggi efisiensi pengendalian internal suatu perusahaan sehingga perusahaan akan menjalankan kegiatan operasinya dengan efisien dan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Ariani dan Weli (2022) menunjukkan bahwa pengungkapan pengendalian internal berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang menunjukkan bahwa pengungkapan pengendalian internal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan masih belum ada karena penelitian di Indonesia masih jarang yang membahas terkait pengungkapan pengendalian internal.

Dengan penjelasan di atas, dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

- 1) Mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan (*sales growth*) terhadap nilai perusahaan pada industri sektor konstruksi, *real estate*, dan properti tahun 2019-2021 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
- 2) Mengetahui pengaruh *quick ratio* terhadap nilai perusahaan pada industri sektor konstruksi, *real estate*, dan properti tahun 2019-2021 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
- 3) Mengetahui pengaruh kepemilikan *goodwill* terhadap nilai perusahaan pada industri sektor konstruksi, *real estate*, dan properti tahun 2019-2021 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
- 4) Mengetahui pengaruh pengungkapan pengendalian internal terhadap nilai perusahaan pada industri sektor konstruksi, *real estate*, dan properti tahun 2019-2021 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
- 5) Mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal terhadap nilai perusahaan pada industri sektor konstruksi, *real estate*, dan properti tahun 2019-2021 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

Hubungan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) Dengan Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan faktor penting perusahaan yang mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Perusahaan menginginkan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) selalu meningkat karena kondisi tersebut menandakan bahwa perusahaan mampu bersaing dengan para pesaing di pasar (Prasetyandari, 2021). Selain itu, pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang terus meningkat menjadi penanda bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan secara keseluruhan yang baik di masa yang akan datang sehingga perusahaan yakin dan mampu memberikan dividen yang tinggi kepada para investor pemegang saham (Hansen, 2014). Prospek pertumbuhan yang baik di masa depan menunjukkan bahwa nilai perusahaan dapat dinilai baik. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan (*sales growth*) maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang berarti pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian pendahulu yang telah diteliti mengatakan hal yang serupa, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fajriah, et al. (2019); Dolontelide dan Wangkar (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1: Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hubungan *Quick Ratio* Dengan Nilai Perusahaan

Quick ratio dapat menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi dan membayar liabilitas atau hutang lancar dengan aset lancar tanpa memperhitungkan atau menimbang nilai persediaan. Investor menilai dengan semakin tinggi likuiditas berartikan perusahaan memiliki kinerja yang baik di mana perusahaan dianggap dapat membayar kewajiban jangka pendek tanpa melebihi jatuh tempo yang ditentukan. Hal tersebut menarik investor untuk melakukan investasi karena perusahaan dianggap memiliki kelangsungan pembiayaan perusahaan yang terjamin. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *quick ratio* maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang berarti *quick ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan mengatakan hal yang sama, seperti Devi dan Rimawan (2022); Nurfaizah dan Pamungkas (2022) menyatakan bahwa *quick ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2: *Quick ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hubungan Kepemilikan *Goodwill* Dengan Nilai Perusahaan

Kepemilikan *goodwill* dan aset tidak berwujud pada laporan keuangan dapat menjadi sinyal positif bagi para investor karena dianggap perusahaan memiliki *intellectual capital*

yang tinggi. Keadaan tersebut menggambarkan bahwa perusahaan memiliki potensi pendapatan yang lebih baik di masa yang akan datang. Didukung dengan *signaling theory* (sinyal positif) yang ditangkap oleh investor dapat meningkatkan nilai perusahaan karena pengungkapan yang jelas membuat kepemilikan *goodwill* menjadi poin tambah saat investor melakukan analisis (Yani, 2017). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa adanya kepemilikan *goodwill* pada laporan keuangan maka nilai perusahaan akan meningkat yang berarti kepemilikan *goodwill* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya yang telah diteliti mengatakan hal yang sama, seperti Syafitri (2020); Anggraeni et al. (2019) menyatakan bahwa kepemilikan *goodwill* pada laporan keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

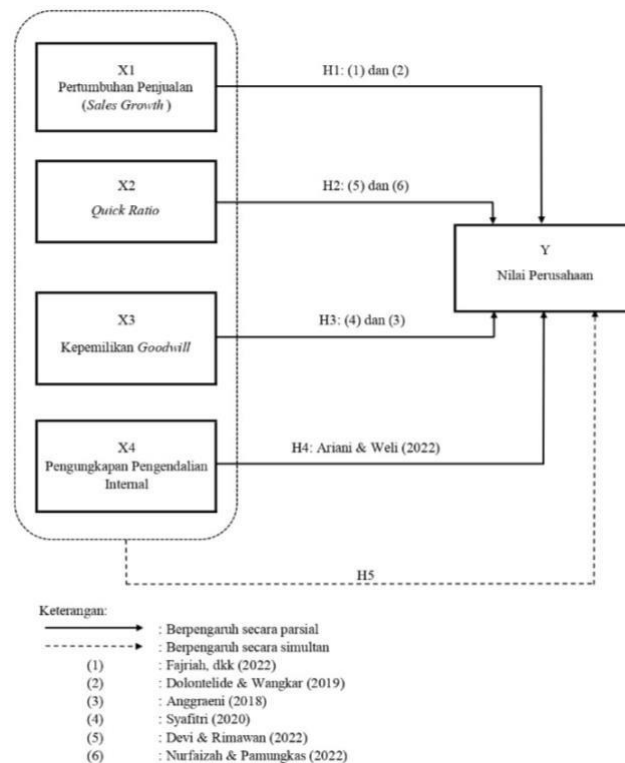
**H3: Kepemilikan *goodwill* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Hubungan Pengungkapan Pengendalian Internal Dengan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan *agency theory*, di mana dalam hubungan *principal* dan *agent* akan menimbulkan *agency cost* yaitu pengendalian internal, audit eksternal, dan bonus untuk *agent*. *Agency cost* yang sedikit membuat nilai perusahaan menjadi meningkat karena dengan pengeluaran *agency cost* yang kecil dapat diartikan bahwa perusahaan mampu meminimalkan konflik yang ada di antara *principal* dan *agent*. Konflik yang minim dan *agency cost* yang kecil menjadikan kinerja perusahaan meningkat dan nilai perusahaan pun ikut meningkat. Pengendalian internal yang baik perlu diungkapkan dengan jelas menggunakan *signaling theory*. Semakin baik dan jelas pengungkapan pengendalian internal yang ada pada laporan tahunan sebuah perusahaan akan menarik para investor dan menjadikan poin tambah untuk perusahaan. Selain itu, pengungkapan pengendalian internal perusahaan yang menjelaskan bahwa tidak perlu pengendalian internal yang berlebihan (*agency cost* yang sewajarnya) dapat menjadi daya tarik pula untuk investor karena dinilai perusahaan terjamin keberlangsungan di masa yang akan datang. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengungkapan pengendalian internal pada laporan tahunan maka nilai perusahaan akan meningkat yang berarti pengungkapan pengendalian internal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian pendahulu yang telah dilakukan mengatakan hal yang serupa, seperti Ariani dan Weli (2022) menyatakan bahwa pengungkapan pengendalian internal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**H4: Pengungkapan pengendalian internal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Hubungan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*), *Quick Ratio*, Kepemilikan *Goodwill*, dan Pengungkapan Pengendalian Internal Dengan Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dilihat oleh para investor untuk menentukan perusahaan yang akan diinvestasi. Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang semakin meningkat, *quick ratio* yang tinggi, dan kepemilikan *goodwill* pada laporan keuangan menunjukkan adanya prospek yang baik untuk masa depan sebuah perusahaan atau keberlangsungan perusahaan terjamin. Selain itu, dengan *signaling theory* yang digunakan perusahaan terkait pengungkapan pengendalian internal yang tepat dapat mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki masa depan yang baik karena pengendalian internal yang baik tidak akan tersampaikan kepada investor apabila pengungkapannya tidak bagus. Masa depan perusahaan menjadi sebuah indikator besarnya nilai suatu perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin besar pertumbuhan penjualan (*sales growth*), semakin tinggi *quick ratio*, adanya kepemilikan *goodwill*, dan semakin baik pengungkapan pengendalian internal pada laporan tahunan maka dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata para investor. Didukung pula dengan keempat hipotesis di atas, dapat diartikan pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H5: Pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode *causal-explanatory* yang dirancang untuk menentukan dampak dari variabel-variabel 208eriod eke208 terhadap variabel dependen. Variabel 208eriod eke208 dan dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Pertumbuhan penjualan (*sales growth*), sebagai X1
- 2) *Quick ratio*, sebagai X2
- 3) Kepemilikan *goodwill*, sebagai X3
- 4) Pengungkapan pengendalian internal, sebagai X4
- 5) Nilai perusahaan, sebagai Y

Metode Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yang dilakukan adalah studi kepustakaan atau *literature review* di mana peneliti mengumpulkan, memahami, dan mempelajari data yang berasal dari buku teks, artikel jurnal, dan materi lain yang diterbitkan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini tidak seluruh data, namun menggunakan teknik *purposive sampling* yang diharapkan mewakili seluruh populasi. Sampel data yang diambil secara acak berdasarkan kriteria berikut:

- 1) Perusahaan pada industri sektor konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019-2021.
- 2) Perusahaan pada industri sektor *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019-2021.
- 3) Perusahaan pada industri sektor 208eriod e yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019-2021.
- 4) Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan pada tahun 2019-2021.
- 5) Perusahaan yang memiliki nilai laba (rugi) saham positif.

- a. Sampel dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan pada industri sektor konstruksi, *real estate*, dan 20 periode yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Metode Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, peneliti akan melakukan pengolahan data menggunakan pengujian teknik statistik yaitu uji statistik T, uji statistik F, analisis regresi linear berganda, dan pengujian koefisien determinasi (R^2).

**Tabel 2. Operasional Variabel
Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Definisi (Referensi)	Indikator	Pengukuran	Skala
1.	Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>) (X1)	Perubahan (kenaikan atau penurunan) penjualan dari periode ke periode (bulanan ataupun tahunan) memberikan indikasi keberhasilan dari operasional perusahaan di periode masa lampau dan dapat menjadi sebuah acuan atau tolak ukur untuk pertumbuhan di masa yang akan datang (Dolontelide & Wangkar, 2019).	Variabel diukur dengan persentase kenaikan yang tercantum dalam laporan keuangan tahunan.	Persentase Kenaikan (%) = $\frac{((\text{Akhir}-\text{Awal}))}{\text{Awal}} \times 100\%$	Ratio
2.	<i>Quick Ratio</i> (X2)	Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek yang meliputi hutang usaha, hutang dividen, hutang pajak, dan lain-lain dengan menggunakan harta lancar perusahaan (Tanapuan, dkk, 2022).	Variabel diukur dengan <i>quick ratio</i> yang tercantum dalam laporan keuangan tahunan.	$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$	Ratio
3.	Kepemilikan	Aset yang mencerminkan manfaat ekonomi masa depan,	Variabel diukur dengan menggunakan variabel <i>dummy</i>	1 = perusahaan menyajikan <i>goodwill</i>	Nominal

	<i>Goodwill</i> (X3)	diperoleh dari kombinasi bisnis yang tidak dapat diidentifikasi dan diakui secara terpisah, menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 22 (IAI, 2018).	terkait penyajian <i>goodwill</i> yang tercantum dalam laporan keuangan tahunan.	0 = perusahaan tidak menyajikan <i>goodwill</i>	
4.	Pengungkapan Pengendalian Internal (X4)	Pengungkapan terkait suatu proses yang dilakukan oleh <i>Board of Directors</i> , Manajemen, dan personel lainnya, yang dirancang untuk menyediakan tingkat keyakinan yang memadai terkait pencapaian tujuan yang berhubungan dengan operasi, pelaporan, dan ketaatan (Schandl & Foster, 2019).	Variabel diukur dengan penilaian pengungkapan pengendalian internal yang dijumlahkan. Faktor penilaian yang digunakan tercantum dalam laporan tahunan, sebagai berikut: 1. Pengendalian keuangan dan operasional, beserta kepatuhan terhadap peraturan undang-undang lainnya, 2. Tinjauan atas efektivitas sistem pengendalian internal, dan 3. Pernyataan Dewan Direksi dan/atau Komisaris terkait kecukupan sistem pengendalian internal.	0 = tidak disebutkan 1 = kurang lengkap 2 = lengkap 3 = sangat lengkap	Ordinal
5.	Nilai Perusahaan (Y)	Pemikiran dan pertimbangan investor terkait tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dilambangkan dengan harga saham, di mana harga saham yang tinggi dapat dikatakan mencerminkan nilai perusahaan juga tinggi	Variabel diukur dengan <i>price earning ratio</i> yang tercantum dalam laporan keuangan tahunan.	$P/E = \frac{\text{Share price}}{\text{Earnings per share}}$	Ratio

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Keterangan:

- 1) Dikategorikan kurang lengkap, jika faktor disebutkan namun tidak ada penjelasan dan contoh
- 2) Dikategorikan lengkap, jika faktor disebutkan ada penjelasan namun tidak ada contoh
- 3) Dikategorikan sangat lengkap, jika faktor disebutkan ada penjelasan dan contoh

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal terhadap nilai perusahaan. Data yang

digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan yang diperoleh langsung dari *website* perusahaan resmi pada tahun 2019-2021.

Uji Statistik T

Tabel 3. Hasil Uji Statistik T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.649	22.850		-.116	.908
	SALES GROWTH (X1)	-.558	.248	-.307	-2.252	.030
	QUICK RATIO (X2)	-.130	.083	-.215	-1.574	.123
	GOODWILL (X3)	18.260	13.978	.183	1.306	.199
	IC (X4)	10.002	3.914	.359	2.555	.015

a. Dependent Variable: PER (Y)

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan tingkat keyakinan 95%. Berdasarkan hasil regresi yang dilakukan, diketahui hasil pengujian:

- 1) Dibuktikan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tingkat kesalahan 5% dengan nilai signifikansi atau p-value pertumbuhan penjualan (*sales growth*) $0,030 < 0,05$.
- 2) Dibuktikan bahwa *quick ratio* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tingkat kesalahan 5% dengan nilai signifikansi atau p-value *quick ratio* $0,123 > 0,05$.
- 3) Dibuktikan bahwa kepemilikan *goodwill* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tingkat kesalahan 5% dengan nilai signifikansi atau p-value kepemilikan *goodwill* $0,199 > 0,05$.
- 4) Dibuktikan bahwa pengungkapan pengendalian internal secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tingkat kesalahan 5% dengan nilai signifikansi atau p-value pengungkapan pengendalian internal $0,015 < 0,05$.

Uji Statistik F

Tabel 4. Hasil Uji Statistik F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26734.091	4	6683.523	3.679	.012 ^b
	Residual	72672.833	40	1816.821		
	Total	99406.923	44			

a. Dependent Variable: PER (Y)

b. Predictors: (Constant), IC (X4), SALES GROWTH (X1), QUICK RATIO (X2), GOODWILL (X3)

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Uji statistik f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y). Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan tingkat keyakinan 95%. Berdasarkan hasil regresi yang dilakukan, diketahui nilai *significance F* sebesar 0,012 yang menunjukkan nilai lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dari hasil tersebut, dapat diartikan seluruh variabel

independen dalam penelitian ini (*sales growth*, *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.649	22.850		-.116	.908
	SALES GROWTH (X1)	-.558	.248	-.307	-2.252	.030
	QUICK RATIO (X2)	-.130	.083	-.215	-1.574	.123
	GOODWILL (X3)	18.260	13.978	.183	1.306	.199
	IC (X4)	10.002	3.914	.359	2.555	.015

a. Dependent Variable: PER (Y)

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Berdasarkan hasil regresi yang dilakukan pada bagian koefisien, dapat disusun rumus persamaan regresi linear berganda untuk variabel dependen sebagai berikut:
Nilai Perusahaan = -2,649 – 0,558 *sales growth* – 0,13 *quick ratio* + 18,26 kepemilikan *goodwill* + 10,002 pengungkapan pengendalian internal

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.519 ^a	.269	.196	42.624

a. Predictors: (Constant), IC (X4), SALES GROWTH (X1), QUICK RATIO (X2), GOODWILL (X3)

Sumber: Hasil Olah Data (2023)

Pengujian koefisien determinasi menggunakan nilai dari *adjusted R square* karena hasil akan berubah seiring dengan bertambahnya variabel independen yang digunakan (Teruna et al., 2023). Berdasarkan hasil regresi yang dilakukan, diketahui nilai *adjusted R square* sebesar 0,196 atau 19,6 %. Dengan kata lain, pengaruh dari semua variabel independen dalam penelitian ini (*sales growth*, *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal) memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 19,6 %. Pengaruh sebesar 80,4 % merupakan pengaruh dari variabel lain di luar variabel yang diteliti, seperti profitabilitas, pertumbuhan aset, risiko keuangan, dan ukuran perusahaan (Gultom, 2013; Saputra, 2014).

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil statistik regresi yang dilakukan, didapati bahwa nilai p-value untuk variabel pertumbuhan penjualan (*sales growth*) sebesar 0,030 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat kesalahan 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima atau variabel pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Fajriah, et al.

(2019); Dolontelide dan Wangkar (2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang terus meningkat menunjukkan bahwa perusahaan selalu melakukan peningkatan sebagai bagian dari evaluasi (Mardiani et al., 2023). Peningkatan yang dilakukan oleh perusahaan bertujuan untuk bertahan atau melebihi para pesaing di pasar. Dengan menjadi unggul dibandingkan dengan para pesaing merupakan suatu indikasi prospek pertumbuhan yang dimiliki perusahaan di masa depan terjamin, sehingga dapat dikatakan nilai perusahaan dapat dinilai baik (Lestari et al., 2022). Namun, perusahaan yang mengupayakan untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) membutuhkan dana sebagai modal pembiayaan beban operasional. Sehingga terdapat kemungkinan untuk pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan pengeluaran yang terlalu besar dan menimbulkan nilai yang kurang baik untuk perusahaan.

Pengaruh *Quick Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil statistik regresi yang dilakukan, didapati bahwa nilai p-value untuk variabel *quick ratio* sebesar 0,123 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari tingkat kesalahan 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak atau variabel *quick ratio* secara parsial tidak dapat dibuktikan pengaruhnya secara statistik terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Tanapuan, et al. (2022) yang menyatakan bahwa *quick ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Devi dan Rimawan (2022); Nurfaizah dan Pamungkas (2022). *Quick ratio* tidak akan mengalami perubahan apabila terdapat peningkatan *inventory* yang dibeli menggunakan uang kas karena struktur aset jangka pendek yang berubah namun secara total tidak berubah. Semakin tingginya hasil *quick ratio* tidak dapat dikatakan secara langsung bahwa nilai perusahaan baik karena dengan jumlah uang kas yang cukup banyak menunjukkan bahwa perusahaan tidak dapat memanfaatkan uang kas dengan baik (Wulansari et al., 2023). Hal tersebut membuktikan bahwa *quick ratio* tidak dapat menjadi faktor pertimbangan untuk penilaian perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan *Goodwill* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil statistik regresi yang dilakukan, didapati bahwa nilai p-value untuk variabel kepemilikan *goodwill* sebesar 0,199 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari tingkat kesalahan 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis ketiga (H3) ditolak atau variabel kepemilikan *goodwill* secara parsial tidak dapat dibuktikan pengaruhnya secara statistik terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Yani (2017) yang menyatakan bahwa kepemilikan *goodwill* tidak dapat dibuktikan pengaruhnya secara statistik terhadap nilai perusahaan, namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Syafitri (2020); Anggraeni, et al. (2019). Setelah ditelusuri lebih dalam, banyak perusahaan Indonesia yang memiliki *goodwill* dari hasil *merge* atau akuisisi yang dianggap oleh para investor kurang mewakili nilai perusahaan sesungguhnya. Selain itu, pada penelitian ini hanya 15 *sample* yang melaporkan adanya *goodwill* dalam laporan keuangan sepanjang 2019-2021 dari 45 total *sample* yang diteliti.

Pengaruh Pengungkapan Pengendalian Internal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil statistik regresi yang dilakukan, didapati bahwa nilai p-value untuk variabel pengungkapan pengendalian internal sebesar 0,015 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat kesalahan 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima atau variabel pengungkapan pengendalian internal berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ariani dan Weli (2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan pengendalian internal berpengaruh

terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan pengendalian internal yang tertangkap oleh investor dengan penerapan *signaling theory* dapat menjadi daya tarik dari segi kualitatif bagi investor (Elwisam, 2022). Terlebih pengungkapan yang diberikan jelas dan dapat menggambarkan realita, maka investor dapat menilai bahwa perusahaan memandang pengendalian internal adalah bagian yang penting. Pengendalian internal merupakan salah satu faktor yang perlu dijaga perusahaan untuk terus berkembang, sehingga perusahaan dapat dinilai terjamin keberlangsungan di masa yang akan datang.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*), *Quick Ratio*, Kepemilikan *Goodwill*, dan Pengungkapan Pengendalian Internal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil statistik regresi yang dilakukan, didapati bahwa nilai *significance F* sebesar 0,012 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari tingkat kesalahan 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis kelima (H5) diterima atau variabel pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Jika keempat variabel ini dilihat secara bersamaan dapat memberikan penilaian keseluruhan perusahaan dari sudut pandang investor, walaupun secara parsial memang ada yang tidak dapat dibuktikan secara statistik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terkait pengaruh pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal terhadap nilai perusahaan pada periode 2019-2021, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah; (1) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menunjukkan adanya peningkatan dari evaluasi untuk bertahan atau melampaui pesaing sehingga dapat menjadi indikasi nilai perusahaan yang semakin baik. Namun, terkadang pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang terlalu tinggi akan menyebabkan pengeluaran meningkat sehingga memberi dampak nilai perusahaan yang kurang baik, (2) *quick ratio* tidak dapat dibuktikan pengaruhnya secara statistik terhadap nilai perusahaan. Hasil *quick ratio* secara langsung tidak bisa menjadi indikasi baik atau buruknya perusahaan karena dengan *quick ratio* yang cukup tinggi menunjukkan jumlah kas tinggi yang tidak dapat dimanfaatkan perusahaan, (3) kepemilikan *goodwill* tidak dapat dibuktikan pengaruhnya secara statistik terhadap nilai perusahaan. Perusahaan di Indonesia memiliki *goodwill* dari *merge* atau akuisisi yang kurang dapat menjadi indikasi nilai perusahaan, (4) pengungkapan pengendalian internal berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan yang jelas akan memberikan kepercayaan kepada investor untuk menilai sebuah perusahaan baik adanya. Pengendalian internal adalah indikasi yang tepat untuk menilai prospek perusahaan kedepannya, dan (5) pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berartikan saat menilai sebuah perusahaan perlu mempertimbangkan pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *quick ratio*, kepemilikan *goodwill*, dan pengungkapan pengendalian internal secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

Amanberga, A., & Abdi, M. (2022). Pengaruh Inflasi, Kurs, dan Suku Bunga terhadap Harga Saham Perusahaan Properti Periode 2018-2021. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 964–970.

- Anggraeni, D., Sukarmanto, E., & Fadilah, S. (2019). *Pengaruh Intangible Asset dan Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016)*.
- Ariani, M., & Weli. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost Sebagai Mediator. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 5(2), 149–164.
- Chandra, H., & Djajadikerta, H. (2017). Pengaruh intellectual capital, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor properti, real estate, dan konstruksi bangunan yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Ultimaccounting Jurnal Ilmu Akuntansi*, 9(2), 1–14.
- Devi, N., & Rimawan, M. (2022). Pengaruh Rasio Profitabilitas, Rasio Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Lippo Karawaci Tbk. *JAE (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 7(2), 100–107.
- Dewanti, M. P. R. P., & Djajadikerta, H. (2018). Pengaruh kinerja keuangan dan tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 10(1).
- Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). Pengaruh Sales Growth dan Firm Size terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- 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.
- Fajriah, H., & Fitriani, D. (2019). Penerapan Model Pembelajaran Area untuk Meningkatkan Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini. *Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak*, 5(1).
- Gultom, R. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan farmasi di bursa efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: JWEM*, 3(1), 51–60.
- Hansen, V. (2014). Pengaruh family control, size, sales growth, dan leverage terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada sektor perdagangan, jasa, dan investasi. *Business Accounting Review*, 2(1), 121–130.
- Harahap, A. S. (2011). Proses Initial Public Offering (IPO) di Pasar Modal Indonesia. *Forum Ilmiah*, 8(2), 131–138.
- Nurfaizah, N., & Pamungkas, L. D. (2022). Analisis Pengaruh Quick Ratio, Leverage Dan Rasio Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Dalam Kurun Waktu 2018-2020). *Journal Competency of Business*, 6(01), 116–129.
- Prasetyandari, C. W. (2021). Hubungan Sales Growth dan Nilai Perusahaan serta Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 1–11.
- Saputra, R. W. (2014). Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.
- Syafitri, N. (2020). *Pengaruh Goodwill, Research and Development, Growth Opportunity dan Transaksi Pihak Berelasi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur bidang Farmasi dan Kimia yang Terdaftar)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta.
- Tanapuan, E. Y., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di

- Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 1–14.
- Yani, F. (2017). *Pengaruh Goodwill dan Aset Tidak Berwujud Lainnya pada Nilai Perusahaan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Digdowniseiso, K., & Santika, S. (2022). Pengaruh Rasio Solvabilitas, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2020. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1182–1193.
- Digdowniseiso, K., & Rianasari, Y. (2023). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Assets, Ukuran Perusahaan, dan Current Ratio terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(5), 2753–2764.
- Elwisam, E. (2022). *PERAN MODERASI OPERATING EFFICIENCY DAN SUKU BUNGA PADA PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Bursa Efek Indonesia)*. Universitas Hasanuddin.
- Indriyanto, E. (2022). ANALISIS PENGARUH FINANCIAL INDICATORS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PREDIKSI FINANCIAL DISTRESS. *AkunNas*, 19(2), 72–83.
- Jufita, T., & Meini, Z. (2022). PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE DAN PANDEMI COVID 19 TERHADAP INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN. *ECOBESTHA*, 1, 181–184.
- Lestari, R., Digdowniseiso, K., & Safrina, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MELALUI DIGITAL MARKETING UMKM INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI KECAMATAN PANCORAN JAKARTA SELATAN SAAT PANDEMI COVID-19. *Journal of Syntax Literate*, 7(3).
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., Ningsih, S., Handayani, E. T. E., Hidayatullah, D., Desmana, S., Lantana, D. A., Fachry, F., Suhatmojo, G. T., & Nurfaiz, K. (2023). PENINGKATAN PENJUALAN UMKM ALBY KEY DENGAN PEMASARAN DIGITAL. *MINDA BAHARU*, 7(1), 57–64.
- Meini, Z., & Istikharoh, I. (2022). Mekanisme Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba. *AkunNas*, 19(1), 28–42.
- Teruna, D., Asyari, A., & Putra, S. S. (2023). PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN JUMLAH OUTLET TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN LEPAS PT XYZ. *Jurnal USAHA*, 4(1), 95–109.
- Wati, F. M., Budiantoro, H., Karina, A., Lapae, K., & Ningsih, H. A. T. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Pergantian Manajemen, Financial Distress, Opini Audit dan Ukuran Kap Terhadap Auditor Switching. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(4), 6603–6610.
- Wulansari, N. T., Elwisam, E., & Digdowniseiso, K. (2023). Analysis of the Influence of Price Earning Ratio, Price to Book Value, Earning Per Share, Debt to Equity Ratio and Return on Equity on Share Prices in Lq45 Companies on the Indonesia Stock Exchange 2016-2020. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(2), 332–348.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)