

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Salma Febrisandina, Helliiana^{*}, Kania Nurcholisah

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

salmafebrisandina@gmail.com, helliana@unisba.ac.id, kania@unisba.ac.id

Abstract. This study aims to analyze the effect of sales growth and financial performance on firm value in the food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2021-2023 period. The research method used is a descriptive-verification method with a quantitative approach. The data utilized is secondary data obtained from the annual reports of companies listed on the IDX. The independent variables in this study are sales growth and financial performance, while the dependent variable is firm value, measured using the Price to Book Value (PBV) ratio. The results indicate that sales growth has a positive effect on firm value. Higher sales growth levels increase positive investor perceptions of the company, as reflected in rising stock prices. Additionally, financial performance, measured using the Return on Assets (ROA) ratio, also significantly positively impacts firm value, demonstrating that the company's efficiency in managing assets contributes to enhancing market value. This study provides insights for companies and investors to understand the factors influencing firm value and their strategic implications for investment decision-making.

Keywords: *Pertumbuhan Penjualan, Kinerja Keuangan, Nilai Perusahaan.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEI. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan, sementara variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio Price to Book Value (PBV). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, semakin besar pula persepsi positif investor terhadap perusahaan, yang tercermin dalam kenaikan harga saham. Selain itu, kinerja keuangan yang diukur menggunakan rasio Return on Assets (ROA) juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa efisiensi perusahaan dalam mengelola aset berdampak pada peningkatan nilai pasar. Studi ini memberikan kontribusi bagi perusahaan dan investor untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan serta implikasi strategis dalam pengambilan keputusan investasi.

Kata Kunci: *Sales Growth, Return on Assets, Price to Book Value*

A. Pendahuluan

Perusahaan berdiri untuk memaksimalkan laba, yang dapat dicapai melalui nilai perusahaan yang baik. Tujuan utama perusahaan berorientasi laba adalah meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemilik atau pemegang saham. Nilai perusahaan mencerminkan penilaian pelaku pasar saham terhadap kinerja keuangan perusahaan. Nilai ini meningkat seiring dengan kenaikan harga saham, yang ditandai dengan pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (Dewantari et al., 2020). Sebaliknya, harga saham yang rendah menunjukkan operasional perusahaan yang kurang optimal.

Ketika bisnis memperoleh keuntungan, perusahaan berupaya menjaga kelangsungan hidupnya di tengah persaingan ketat dalam industri. Persaingan ini mendorong perusahaan meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya. Laporan keuangan tahunan berfungsi menunjukkan kondisi keuangan perusahaan, baik atau buruk, serta efektivitas pengelolaan modal dalam periode tertentu. Perusahaan yang terdaftar di BEI biasanya berusaha menjaga harga saham tetap tinggi untuk menarik minat investor.

Nilai perusahaan dianggap penting oleh investor, terutama sebagai indikator keberhasilan perusahaan di masa depan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran pemilik perusahaan, begitu pula sebaliknya (Ramdhonah et al., 2019). Nilai ini digunakan sebagai alat ukur keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya, baik dalam jangka pendek untuk memaksimalkan keuntungan maupun jangka panjang untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Strategi bisnis dan inovasi menjadi faktor kunci untuk mempertahankan daya saing dan mencegah kebangkrutan. Tingginya harga saham biasanya menarik perhatian investor karena menjadi indikator kepercayaan terhadap prospek perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini menyoroti sektor makanan dan minuman (food & beverage) di Indonesia, mengingat pertumbuhan populasi yang mendorong permintaan produk esensial seperti makanan dan minuman.

Industri makanan dan minuman memainkan peran penting dalam ekonomi nasional. Pada triwulan pertama 2022, sektor ini menyumbang 37,77% dari Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas (Ardika, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk memahami kontribusi sektor ini terhadap perekonomian serta dinamika yang memengaruhi kinerjanya.

Dengan mempertimbangkan data pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan di sektor ini, perusahaan dapat memahami strategi yang diperlukan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Faktor seperti efisiensi operasional dan inovasi produk menjadi penting untuk menghadapi tantangan pasar, menarik investor, dan menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham.

B. Metode

Metode penelitian dalam skripsi ini menggunakan pendekatan deskriptif verifikatif dengan metode kuantitatif, berdasarkan data sekunder dari laporan keuangan perusahaan food & beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif untuk memahami karakteristik data, regresi data panel untuk menguji hubungan antara variabel independen (pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan), serta berbagai uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi untuk memastikan validitas model regresi. Selain itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji F (simultan), uji t (parsial), dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengevaluasi pengaruh signifikan dan kekuatan hubungan antar variabel.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Statistik

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

| | SG | ROA | PBV |
|---------------|-----------|------------|------------|
| Mean | 0.049208 | 0.030372 | 0.189679 |
| Median | 0.049268 | 0.030928 | 0.191954 |

| | SG | ROA | PBV |
|-----------------|----------|----------|----------|
| Maximum | 0.074632 | 0.049264 | 0.267482 |
| Minimum | 0.023803 | 0.019874 | 0.118619 |
| Std. Dev | 0.009253 | 0.005062 | 0.028490 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Eviews 13

Berdasarkan tabel 1. pada variabel Pertumbuhan Penjualan atau *Sales Growth* (X_1) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,049208, nilai tertinggi sebesar 0,074632 yang terjadi pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) ditahun 2023, lalu nilai terendah sebesar 0,023803 yang terjadi pada Chaeron Pokhpand Indonesia Tbk (MAIN) ditahun 2023, dengan nilai standar deviasi sebesar 0,009253.

Pada variabel Kinerja Keuangan atau *Return on Asset* (X_2) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,030372, nilai tertinggi sebesar 0,049264 yang terjadi pada Cisadane Sawit Raya Tbk (SGRO) ditahun 2023, lalu nilai terendah sebesar 0,019874 yang terjadi Bakrie Sumatera Plantations Tbk (UNSP) ditahun 2023, dengan nilai standar deviasi sebesar 0,005062.

Pada variabel Nilai Perusahaan atau *Price to Book Value* (Y) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0.189679, nilai tertinggi sebesar 0,267482 yang terjadi pada Cisadane Sawit Raya Tbk (SGRO) ditahun 2023, lalu nilai terendah sebesar 0,118619 yang terjadi pada Japfa Comfeed Indonesia Tbk (CEKA) ditahun 2022, dengan nilai standar deviasi sebesar 0,028490.

Tabel 2. Common Effect Model

Dependent Variable: PBV
Method: Panel Least Squares
Date: 01/28/25 Time: 12:29
Sample: 2021 2023
Periods included: 3
Cross-sections included: 40
Total panel (balanced) observations: 120

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | -0.002211 | 0.009594 | -0.230421 | 0.8182 |
| SG | 1.818048 | 0.134996 | 13.46739 | 0.0000 |
| ROA | 3.372408 | 0.248792 | 13.66499 | 0.0000 |

R-squared 0.777258 Mean dependent var 0.189679
Adjusted R-squared 0.773451 S.D. dependent var 0.028490
S.E. of regression 0.013560 Akaike info criterion -5.738641
Sum squared resid 0.021515 Schwarz criterion -5.668954
Log likelihood 347.3185 Hannan-Quinn criter. -5.710341
F-statistic 204.1363 Durbin-Watson stat 2.295961
Prob(F-statistic) 0.000000

Tabel 3. Fixed Effect Model

Dependent Variable: PBV
Method: Panel Least Squares
Date: 01/28/25 Time: 12:30
Sample: 2021 2023
Periods included: 3
Cross-sections included: 40
Total panel (balanced) observations: 120

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | 0.005257 | 0.011921 | 0.440976 | 0.6605 |
| SG | 1.694609 | 0.165582 | 10.23429 | 0.0000 |
| ROA | 3.326533 | 0.299364 | 11.11200 | 0.0000 |

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

| | | | |
|--------------------|----------|-----------------------|-----------|
| R-squared | 0.838958 | Mean dependent var | 0.189679 |
| Adjusted R-squared | 0.754308 | S.D. dependent var | 0.028490 |
| S.E. of regression | 0.014122 | Akaike info criterion | -5.412988 |
| Sum squared resid | 0.015555 | Schwarz criterion | -4.437366 |
| Log likelihood | 366.7793 | Hannan-Quinn criter. | -5.016784 |
| F-statistic | 9.910872 | Durbin-Watson stat | 3.104766 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

Tabel 4. Random Effect Model

Dependent Variable: PBV
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 01/28/25 Time: 12:30
Sample: 2021 2023
Periods included: 3
Cross-sections included: 40
Total panel (balanced) observations: 120
Swamy and Arora estimator of component variances

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | -0.002211 | 0.009991 | -0.221262 | 0.8253 |
| SG | 1.818048 | 0.140584 | 12.93209 | 0.0000 |
| ROA | 3.372408 | 0.257007 | 13.12184 | 0.0000 |

| Effects Specification | | S.D. | Rho |
|-----------------------|--|----------|--------|
| Cross-section random | | 0.000000 | 0.0000 |
| Idiosyncratic random | | 0.014122 | 1.0000 |

| Weighted Statistics | | | |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.777258 | Mean dependent var | 0.189679 |
| Adjusted R-squared | 0.773451 | S.D. dependent var | 0.028490 |
| S.E. of regression | 0.013560 | Sum squared resid | 0.021515 |
| F-statistic | 204.1363 | Durbin-Watson stat | 2.295961 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

| Unweighted Statistics | | | |
|-----------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.777258 | Mean dependent var | 0.189679 |
| Sum squared resid | 0.021515 | Durbin-Watson stat | 2.295961 |

Dari ketiga model yang telah diestimasi, akan dipilih model yang paling sesuai dengan tujuan penelitian. Terdapat tiga uji yang dapat digunakan untuk menentukan model regresi data panel yang tepat (CE, FE, atau RE), berdasarkan karakteristik data yang dimiliki. Uji tersebut meliputi F Test (Chow Test), Hausman Test, dan Lagrange Multiplier (LM) Test.

Tabel 5. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

| Effects Test | Statistic | d.f. | Prob. |
|--------------------------|-----------|---------|--------|
| Cross-section F | 0.766254 | (39,78) | 0.8185 |
| Cross-section Chi-square | 38.921632 | 39 | 0.4734 |

Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan nilai *probability* dari *cross-section F* sebesar 0.8185 yang dimana nilai ini lebih besar dari alpha (0.05). Sehingga model yang terbaik adalah *Common Effect Model (CEM)*.

Tabel 6. Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

| Test Summary | Chi-Sq. Statistic | Chi-Sq. d.f. | Prob. |
|----------------------|-------------------|--------------|--------|
| Cross-section random | 2.043030 | 2 | 0.3600 |

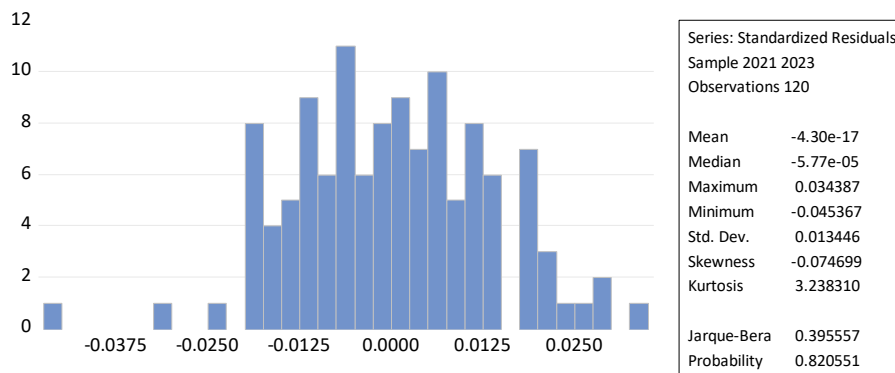
Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan nilai *probability* dari *cross-section random* sebesar 0.3600 yang dimana nilai ini lebih besar dari alpha (0.05). Sehingga model yang terbaik adalah *Random Effect Model (REM)*.

Tabel 7. Uji Langrange Multiplier (LM)

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

| | Test Hypothesis | | |
|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| | Cross-section | Time | Both |
| Breusch-Pagan | 1.032644 (0.3095) | 10.18312 (0.0014) | 11.21577 (0.0008) |
| Honda | -1.016191 (0.8452) | 3.191100 (0.0007) | 1.537893 (0.0620) |
| King-Wu | -1.016191 (0.8452) | 3.191100 (0.0007) | 2.887857 (0.0019) |
| Standardized Honda | -0.946253 (0.8280) | 4.390046 (0.0000) | -3.305242 (0.9995) |
| Standardized King-Wu | -0.946253 (0.8280) | 4.390046 (0.0000) | 1.090006 (0.1379) |
| Gourieroux, et al. | -- | -- | 10.18312 (0.0022) |

Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan nilai *Breusch-Pagan* dari sebesar 0.0008 yang dimana nilai ini lebih kecil dari alpha (0.05). Sehingga model yang terbaik adalah *Random Effect Model (REM)*. Berdasarkan ketiga uji diatas, model yang terbaik untuk penelitian ini adalah *Random Effect Model (REM)*.

**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan nilai *probability* sebesar 0.820551 yang dimana nilai ini lebih besar dari alpha (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

| | SG | ROA |
|-----|--------|--------|
| SG | 1 | 0.0983 |
| ROA | 0.0983 | 1 |

Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.0983 dari antar variabel X_1 dan X_2 yang dimana nilai ini lebih kecil dari alpha (0.8). Sehingga dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak ditemukan.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varians residual tetap sama antar pengamatan, kondisi ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal adalah model yang memenuhi syarat homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Dikarenakan model yang terbaik dan terpilih pada penelitian ini adalah Random Effect Model (REM) maka uji heteroskedastisitas tidak perlu dilakukan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada Random Effect Model telah menggunakan metode GLS (Widarjono, 2018).

Uji autokorelasi bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan atau korelasi antara error pada periode t dengan error pada periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi linear. Model regresi yang ideal adalah model yang tidak mengandung autokorelasi. Dikarenakan model yang terbaik dan terpilih pada penelitian ini adalah Random Effect Model (REM) maka uji autokorelasi tidak perlu dilakukan. Model random effect merupakan metode estimasi generalized least square (GLS). Teknik GLS dipercaya mengatasi adanya autokorelasi runtun waktu (time series) serta korelasi antar observasi (cross section). Metode GLS menghasilkan estimator untuk memenuhi sifat best linier unbiased estimation (BLUE) yang merupakan metode treatment untuk mengatasi pelanggaran asumsi homoskedastisitas dan autokorelasi (Kosmaryati, et al., 2019).

Pada regresi data panel dapat disimpulkan bahwa model terbaik adalah menggunakan Random Effect Model (REM), maka hasil dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Random Effect Model (REM)

| Dependent Variable: PBV | | | | |
|---|-------------|------------|-------------|--------|
| Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) | | | | |
| Date: 01/28/25 Time: 12:30 | | | | |
| Sample: 2021 2023 | | | | |
| Periods included: 3 | | | | |
| Cross-sections included: 40 | | | | |
| Total panel (balanced) observations: 120 | | | | |
| Swamy and Arora estimator of component variances | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | -0.002211 | 0.009991 | -0.221262 | 0.8253 |
| SG | 1.818048 | 0.140584 | 12.93209 | 0.0000 |
| ROA | 3.372408 | 0.257007 | 13.12184 | 0.0000 |

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 9 diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$NP = -0.002211 + 1.818048(SG) + 3.372408(ROA) + e$$

Konstanta dalam persamaan regresi di atas memiliki nilai -0,002211. Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel nilai perusahaan adalah -0,002211. Koefisien regresi untuk variabel X_1 sebesar 1,818048 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel X_1 sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 1,818048. Koefisien yang bernilai positif ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara *Sales Growth* dan Nilai Perusahaan.

Koefisien regresi untuk variabel X_2 sebesar 3,372408 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel X_2 sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 3,372408. Koefisien yang bernilai positif ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara *Return on Asset* dan Nilai Perusahaan.

Tabel 10. Hasil Uji F

| Weighted Statistics | | | |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.777258 | Mean dependent var | 0.189679 |
| Adjusted R-squared | 0.773451 | S.D. dependent var | 0.028490 |
| S.E. of regression | 0.013560 | Sum squared resid | 0.021515 |
| F-statistic | 204.1363 | Durbin-Watson stat | 2.295961 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

Berdasarkan hasil output tabel 4.11 diatas, dapat diperoleh bahwa hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 204,1363 dengan signifikansi sebesar $0,00000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel *sales growth* dan *return on asset* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 11. Uji T

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C | -0.002211 | 0.009991 | -0.221262 | 0.8253 |
| SG | 1.818048 | 0.140584 | 12.93209 | 0.0000 |
| ROA | 3.372408 | 0.257007 | 13.12184 | 0.0000 |

Nilai signifikansi variabel X_1 sebesar 0,0000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,0000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial, hal tersebut menunjukkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikansi variabel X_2 sebesar 0,0000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,0000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara parsial, hal tersebut menunjukkan bahwa *Return on Asset* berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 12. Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

| Weighted Statistics | | | |
|---------------------|----------|--------------------|----------|
| R-squared | 0.777258 | Mean dependent var | 0.189679 |
| Adjusted R-squared | 0.773451 | S.D. dependent var | 0.028490 |
| S.E. of regression | 0.013560 | Sum squared resid | 0.021515 |
| F-statistic | 204.1363 | Durbin-Watson stat | 2.295961 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | |

Nilai adjusted R square sebesar 0,773451 atau 77,35% menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu SG dan ROA, dapat menjelaskan 77,35% dari variabilitas variabel nilai perusahaan. Sementara itu, 22,65% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa sales growth berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi Pertumbuhan Penjualan pada suatu perusahaan maka kemungkinan Nilai Perusahaan akan semakin tinggi. Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor terpenting yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. (Brigham & Houston, 2013). Teori sinyal, yang disebut teori sinyal, mengacu pada pengiriman informasi yang memberikan sinyal atau isyarat yang mencerminkan keadaan suatu perusahaan sehingga investor berinvestasi pada perusahaan tersebut (Ummah & Efendi, 2022). Pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan dapat menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi di masa depan. Dengan menunjukkan pertumbuhan penjualan yang kuat, perusahaan dapat memberikan keyakinan kepada investor bahwa mereka memiliki kapabilitas untuk menghasilkan laba yang berkelanjutan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (N. Dewi dkk., 2018; Suciarti & Nurcholisah, 2020; Susetyowati & Handayani, 2020a) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa return on asset (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Teori Signal berkaitan dengan kinerja keuangan, menurut Ross, S. A. (1977) suatu perusahaan dapat dilihat bahwa semakin komprehensif pengungkapan yang diberikan maka semakin banyak pula sinyal positif yang diterima oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan tersebut. Perusahaan akan mengirimkan sinyal berupa laporan keuangan laba-rugi pada investor.

Apabila laporan keuangan tersebut memiliki informasi maka harga saham akan mengalami reaksi. Semakin besar sinyal positif yang dikeluarkan maka akan semakin besar informasi perusahaan yang diterima. Investor akan menaruh kepercayaan dengan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Informasi tentang profitabilitas perusahaan mampu dan relevan dalam memberi sinyal kepada investor, sehingga dari informasi tersebut akan timbul reaksi yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Sari & Wahidahwati, 2018). Menurut (Spence, 1978) terdapat beberapa alasan yang dapat menjelaskan mengapa ROA memiliki dampak positif terhadap PBV dalam penelitian ini seperti Efisiensi Penggunaan Aset yang artinya ROA mengukur sejauh mana suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Jika ROA tinggi, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan efisien dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba. Investor cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap perusahaan yang dapat mencapai tingkat efisiensi ini, sehingga meningkatkan PBV.

Investor juga sering kali melihat ROA sebagai salah satu faktor penting 88 dalam pertimbangan investasi mereka. ROA yang tinggi dapat menciptakan daya tarik bagi investor yang mencari investasi yang menguntungkan, sehingga meningkatkan minat dan permintaan atas saham perusahaan, yang pada gilirannya dapat mengangkat PBV. ROA yang baik juga dapat dihubungkan dengan tingkat kepuasan pemegang saham, karena laba yang dihasilkan oleh perusahaan dapat memberikan return yang memuaskan. Kepuasan pemegang saham dapat menciptakan sentimen positif di pasar, yang dapat tercermin dalam peningkatan PBV. (Spence, 1978) Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amir Indrabudi, Retno Fuji dan Hakam Ali (2020) dan Ade Hermawan dan Ajimat Ade (2020) Carningsih (2018), Hidayati (2018), Cahya & Riwoe (2018) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan (ROA) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

D. Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor food & beverage yang terdaftar di BEI periode 2021-2023 dengan menggunakan analisis regresi data panel, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Pertumbuhan Penjualan yang diukur dengan Sales Growth berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor food & beverage yang terdaftar di BEI periode 2021-2023. Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan keberhasilan perubahan strategi bisnis yang diterapkan oleh perusahaan. Strategi yang efektif, baik itu peningkatan efisiensi maupun ekspansi ke segmen pasar yang menguntungkan, dapat menciptakan nilai tambah yang tercermin dalam PBV yang lebih tinggi (Indri Yanti et al., 2020; Nurhayati et al., 2016)

Kinerja Keuangan yang diukur dengan Return on Asset (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor food & beverage yang terdaftar di BEI periode 2021-2023. Profitabilitas, sebagai indikator sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari operasionalnya, memberikan nilai tambah karena perusahaan mampu memberikan return yang lebih baik kepada pemegang saham saat tingkat profitabilitasnya tinggi.

Daftar Pustaka

- Indri Yanti, N., Nurhayati, N., & Mardiani, R. (2020). The Effects Of Non Performing Loan, Capital Adequacy Ratio, And Third Party Funds On The Credit Distribution Of Commercial Banks Listed In The Indonesia. In *European Journal of Business and Innovation Research* (Vol. 8, Issue 2).
- Nurhayati, N., Lestira, M., & Fadilah, S. (2016). The Influence Of Accounting Information Quality, Accountability And Transparency Of Financial Reporting On The Level Of Zakat Revenue. *International Serial Directories International Journal in Management and Social Science*, 4. <http://www.ijmr.net.in>

- Aldo Hosea, I., Siswantini, T., & Murtatik, S. (2020). Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Ritel Di Bei. *Prosiding Biema*, Vol. 1 pp. 60–74.
- Agus Widarjono. 2018. *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews*. Edisi keli. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Andri Wijaya, R., Pratiwi, H., Permata Sari, D., & Suciati, D. (2020). Pengaruh Penghindaran Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Sebagai Variabel Kontrol Pada Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekobistek*, Vol. 9 Iss 1 pp. 29–40.
- Anggraini, C., & Agustiningih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mea*, Vol. 6 Iss 2 pp. 1842–1859.
- Antari, D. A. P. P., & Dana, I. M. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Kepemilikan Manajerial Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 2 Iss 3 pp. 274–288.
- Astuti, R., Ritonga, K., & Al Azhar. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Aset, Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Real Estate Dan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. *Jom Fekon*, Vol. 1 Iss 2 pp. 1–15.
- Azizah, D. G., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 10(1).
- Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol. 11 Iss 1 pp. 1–18.
- Chairani, L. A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol. 12 Iss 6 pp. 1–20.
- Christiawan, Y. J., & Tarigan, J. (2007). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, Vol. 9 Iss 1.
- Danil, A., & Yusra, I. (2019). Pengaruh Kausal Antara Ukuran Perusahaan, Nilai Buku Dan Likuiditas Saham Di Bursa Efek Indonesia.
- Deitiana, T. (2011). Pengaruh Rasio Keuangan, Pertumbuhan Penjualan Dan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 13 Iss 1 pp. 57–66.
- Susetyowati, I., & Handayani, N. (2020b). Pengaruh Good Corporate Governance, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol. 9 Iss 3 pp. 1-20

- Suwardika, N., & Mustanda, K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6 Iss 3 pp. 1248–1277.
- Suweta, N., & Dewi, R. (2016). 254359-Pengaruh-Pertumbuhan-Penjualan- Struktur- 64bfa58e. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 Iss 8 pp. 5172–5199.
- Thaharah, N., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan LQ 45. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, Vol. 5 Iss 2 pp. 1–18.
- Triagustina, L., Sukarmanto, E., & Helliana. (2015a). Prosiding Akuntansi Pengaruh Return On Asset (Roa) Dan Return On Equity (Roe) Terhadap Nilai Perusahaan. Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba, 1(2), 28–34. Vol. 1 Iss 2 pp. 28–34.
- Widyasasi, & Yulianto. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, Vol. 2 Iss 2 pp. 576– 585.
- Wijaya, R. (2019). Analisis Perkembangan Return On Assets (Roa) Dan Return On Equity (Roe) Untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9 Iss 1 pp. 40–51 <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i1.xxxx>
- Wilfridus, B., & Susanto, L. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, Vol. 3 Iss 3 pp. 975–983
- Yuliani, V. (2018). Pengaruh Struktur Modal (DER), Pertumbuhan Penjualan Dan Total Asset Turnover Terhadap Nilai Perusahaan (BVv) Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal Financial Accounting*, Vol. 3 Iss 7 pp. 1053–1064.