

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Manajemen Keuangan

Manajemen merupakan pengelolaan berbagai fungsi keuangan yang mencakup bagaimana perusahaan memperoleh dana (*raising of funds*) dan cara mengalokasikan dana tersebut (*allocation of funds*) (Dety Mulyanti, 2017).

Menurut (Jaya *et al.*, 2018) manajemen keuangan mencakup seluruh aktivitas perusahaan untuk memperoleh dana, menggunakan dana, dan mengelola aset sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan secara keseluruhan. Tujuan utama dari manajemen keuangan adalah memastikan bahwa perusahaan dapat mengelola sumber daya keuangan secara efisien untuk menghasilkan keuntungan yang optimal dan akhirnya meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan memerlukan berbagai fasilitas dan kekayaan yang mendukung pencapaian tujuan tersebut. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan seorang manajer keuangan yang mampu mengelola aset secara efektif dan efisien.

(Widiatmika, 2015) menjelaskan bahwa manajemen keuangan merujuk pada cara perusahaan memperoleh dana dari aktivitas usahanya, baik itu melalui jasa, perdagangan, atau produksi. Dalam pengelolaan dana tersebut, perusahaan harus perencanaan yang cermat dan mengutamakan efisiensi agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

2. Teori Sinyal (signalling Theory)

Menurut Desideria & Ngadiman (2019), teori sinyal merupakan Langkah yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan gambaran mengenai peluang positif perusahaan kepada investor. Sinyal yang diberikan ini membantu investor dalam membuat keputusan yang lebih tepat mengenai perusahaan mana yang memiliki nilai yang baik dan berpotensi menguntungkan. Dengan demikian, informasi yang dibuat oleh manajemen perusahaan berfungsi sebagai sinyal bagi investor, yang memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan. Baik informasi yang menguntungkan maupun yang merugikan dapat mempengaruhi persepsi kalangan investor dan masyarakat umum, tergantung pada bagian informasi tersebut dipahami.

Teori sinyal juga menjelaskan bahwa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi yang relevan kepada pihak eksternal karena adanya ketidakseimbangan informasi antara perusahaan dan pihak luar. Tanpa informasi yang memadai, pihak eksternal akan melindungi diri mereka dengan memberikan penilaian rendah terhadap perusahaan, yang dapat merugikan perusahaan dengan kondisi yang lebih baik.

Purwati et al. (2022) menyatakan bahwa pengungkapan informasi secara sukarela dianggap sebagai sinyal positif yang menguntungkan bagi perusahaan. Oleh karena itu, laporan keuangan yang transparan dan baik akan menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam membuat keputusan investasi. Secara umum, investor cenderung mencari perusahaan dengan kinerja terbaik dan

menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Laporan keuangan yang baik dapat menyampaikan sinyal positif, yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kegiatan operasional dengan baik dan sehat secara finansial, sementara laporan keuangan yang buruk akan mengirimkan sinyal negatif.

3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Hal ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu, yang mencerminkan sejauh mana perusahaan dapat mengelola sumber daya dengan efisiensi dan efektivitas. (Zakiah, Mawardi and Hasanatina, 2023)

Menurut (Theresita Angela Zita Dewi and Usep Syaipudin, 2025) profitabilitas menggambarkan sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu, profitabilitas menjadi indikator penting yang menggambarkan efektivitas perusahaan dalam memperoleh keuntungan.

Menurut (Anisa *et al.*, 2023) menambahkan bahwa rasio profitabilitas mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang berasal dari tingkat penjualan, aset, dan modal yang dimiliki. Rasio-rasio ini memberikan gambaran mengenai seberapa efisien dan efektif penggunaan sumber daya perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Dalam konteks ini, tujuan utama dari rasio profitabilitas adalah untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari penggunaan aset yang dimilikinya.

Menurut (Faizra, 2022) profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode akuntansi tertentu. Semakin tinggi laba yang diperoleh, semakin besar nilai perusahaan, yang tidak hanya mencerminkan kinerja saat ini, tetapi juga prospek di masa depan. Laba yang tinggi berpotensi menarik minat investor dan meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan tersebut. (Fadilla, Vaya and Dillak, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas dapat diukur dengan beberapa rasio keuangan antara lain:

a. *Return on Assets (ROA)*

Return on Assets (ROA) merupakan rasio yang mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimiliki.

Rasio ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

b. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap satuan ekuitas pemegang saham. Rasio ini dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$$

c. *Gross Profit Margin (GPM)*

Gross Profit Margin (GPM) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba kotor dari penjualan bersih. Rasio ini dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

4. **Pertumbuhan perusahaan**

Pertumbuhan perusahaan merupakan indikator yang sangat penting dalam menilai kinerja prospek masa depan perusahaan. Pertumbuhan ini mencerminkan seberapa besar perkembangan perusahaan dari tahun ke tahun, baik dalam hal aset, penjualan, maupun kapasitas operasional. Semakin baik pertumbuhan yang tercatat, semakin besar pula potensi keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini pada gilirannya meningkatkan daya tarik bagi investor, karena perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan positif seringkali dianggap memiliki prospek yang cerah dimasa depan (Theresita Angela Zita Dewi and Usep Syaipudin, 2025). Oleh karena itu perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi cenderung menarik minat investor, karena dianggap mampu menciptakan nilai lebih tinggi dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

Menurut (Widyani, Sukadana and Suarjana, 2022), Pertumbuhan perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi di pasar, bahkan ditengah- tengah dinamika ekonomi, dan perkembangan sektor industrinya. Salah satu cara untuk mengukur pertumbuhan perusahaan adalah dengan menggunakan rasio pertumbuhan penjualan (*Sales growth*). Semakin

cepat tingkat pertumbuhannya, semakin jelas bahwa perusahaan sedang berada dalam tahap ekspansi yang signifikan.

Menurut (Lanawaang, Tulung and Untu, 2025), menegaskan bahwa perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan signifikan menunjukkan kemampuannya untuk meningkatkan nilai bagi pemegang saham dan menghasilkan keuntungan yang lebih baik. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi mencerminkan sumber daya yang dimiliki telah dimanfaatkan dengan optimal, sehingga dapat mencapai hasil yang lebih baik dan meningkatkan efisiensi operasional. Perusahaan seperti ini mampu mengelola sumber daya dengan efektif, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhannya

pertumbuhan perusahaan, dapat diukur dengan beberapa rasio keuangan antara lain:

a. Sales Growth

$$\frac{\text{Penjualan Periode Sekarang} - \text{Penjualan Periode Sebelumnya}}{\text{Penjualan Periode Sebelumnya}} \times 100\%$$

Metode ini memungkinkan analisis untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu meningkatkan total asetnya dari waktu ke waktu, yang mencerminkan kapasitas ekspansi dan pengelolaan sumber daya perusahaan (Faizra, 2022).

b. Asset Growth

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Total Aset}_t - \text{Total Aset}_{t-1}}{\text{Total Aset}_{t-1}}$$

Metode ini digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan total aset secara berkelanjutan dari waktu ke waktu, sehingga dapat menggambarkan tingkat ekspansi usaha dan kualitas pengelolaan sumber daya perusahaan (Sirullah, Hanafi and Syariah, 2023).

c. Earnings Growth

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba Bersih}_t - \text{Laba Bersih}_{t-1}}{\text{Laba Bersih}_{t-1}}$$

Metode ini digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba bersih secara berkelanjutan dari waktu ke waktu, yang mencerminkan tingkat efisiensi operasional dan keberhasilan strategi bisnis perusahaan (Putri, 2023).

5. Nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipahami sebagai nilai pasar yang mencerminkan tingkat kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin besar pula nilai perusahaan yang pada akhirnya memberikan manfaat optimal bagi pemegang saham. Manajemen biasanya mengambil berbagai kebijakan strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik modal yang tercermin pada pergerakan harga

saham (Barnades and Suprihhadi, 2020). Menurut (Piasti and Suswandoyo, 2022), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan, yang umumnya diukur berdasarkan harga saham. Dengan demikian, semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Untuk mengukur nilai perusahaan, terdapat beberapa metode yang umum digunakan dalam penelitian keuangan. Metode tersebut pada dasarnya membandingkan nilai pasar perusahaan dengan nilai yang tercermin dalam laporan keuangan. Beberapa rasio yang sering digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

a. Price rice to Book Value (PBV)

Price rice to Book Value (PBV) merupakan rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini digunakan untuk melihat sejauh mana pasar menilai perusahaan dibandingkan dengan nilai bukunya. PBV mencerminkan persepsi investor terhadap prospek dan kinerja perusahaan. Rumus PBV dapat dituliskan sebagai berikut (Dirganpratiwi, 2021):

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham per Lembar}}{\text{Nilai Buku per Lembar}}$$

b. Tobin's Q.

Tobin's Q, Rasio ini membandingkan nilai pasar perusahaan yang mencakup nilai pasar ekuitas dan total utang dengan total aset perusahaan. Tobin's Q digunakan untuk menilai apakah perusahaan berada dalam kondisi overvalued atau undervalued berdasarkan nilai aset yang dimilikinya. Adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut (Stock and Idx, 2023):

$$Q = \frac{\text{Market value of Equity} + \text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

c. Market to Book Value (MBV)

Market to Book Value (MBV) digunakan untuk membandingkan nilai pasar ekuitas perusahaan dengan total ekuitas yang tercatat dalam laporan keuangan. Rasio ini menunjukkan seberapa besar pasar menghargai nilai ekuitas perusahaan. Rumus MBV dapat dinyatakan sebagai berikut (Dzahabiyya, Jhoansyah and Danial, 2020):

$$\text{MBV} = \frac{\text{Harga Saham} \times \text{Jumlah Saham Beredar}}{\text{Total Ekuitas}}$$

B. Faktor-Faktor Fundamental Perusahaan

Faktor-faktor fundamental perusahaan meliputi kinerja keuangan, kemampuan menghasilkan laba, struktur permodalan, tingkat pertumbuhan, serta efisiensi operasional perusahaan. Kinerja fundamental yang baik mencerminkan kondisi perusahaan yang sehat dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

1. Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya, sehingga memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan di masa depan (Kinasih *et al.*, 2025).

2. Likuiditas

Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik menunjukkan kondisi keuangan yang aman dan stabil, sehingga meningkatkan kepercayaan investor (Kinasih *et al.*, 2025).

3. Solvabilitas (Leverage)

Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Struktur modal yang sehat mencerminkan keseimbangan antara penggunaan utang dan modal sendiri, yang berpengaruh terhadap risiko dan nilai perusahaan (Kinasih *et al.*, 2025).

4. Pertumbuhan perusahaan

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan, aset, maupun laba dari waktu ke waktu. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi menunjukkan prospek usaha yang baik dan potensi peningkatan nilai perusahaan (Candra *et al.*, 2021).

5. Aktivitas Perusahaan

Rasio aktivitas mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan pendapatan. Semakin efisien penggunaan aset, semakin baik kinerja operasional perusahaan (Candra *et al.*, 2021).

6. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham (Darmawan and Lestari, 2022).

7. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset, total penjualan, atau kapitalisasi pasar. Perusahaan berukuran besar umumnya memiliki stabilitas yang lebih baik, akses pendanaan yang lebih luas, serta risiko kebangkrutan yang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil (Darmawan and Lestari, 2022).

C. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, referensi yang digunakan berasal dari sejumlah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, antara lain:

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Vivi Nusita Habsari, Dwi Ermayanti Susilo (2024)	Pengaruh profitabilitas, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI Periode 2020-2022)	Profitabilitas (X1) Likuiditas (X2) Pertumbuhan Perusahaan (X3) Nilai Perusahaan (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2	Tovan Affandi, Indra Cahya Kusuma, Didi (2024)	Pengaruh pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan Food and beverage yang terdaftar di	Pertumbuhan perusahaan (X1) Profitabilitas (X2) struktur modal (X3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

No.	Peneliti	Judul penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		bursa efek Indonesia tahun 2019-2023	nilai perusahaan (Y)	Secara parsial pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
3.	Nadya Shita Pramudia (2020)	Pengaruh Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	Profitabilitas (X1) Pertumbuhan perusahaan (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Nilai perusahaan (Y)	Berdasarkan hasil pengujian hipotesis hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
4.	Nur Avita Mahdiyatul Aeni (2019)	Pengaruh Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, struktur modal, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.	Profitabilitas (X1) Pertumbuhan perusahaan (X2) Struktur modal (X3) Nilai perusahaan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh negative signifikan terhadap

No.	Peneliti	Judul penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5.	Candra Kurnia Saputri, Axel Giovanni (2021)	Pengaruh Profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan	Profitabilitas (X1) Pertumbuhan Perusahaan (X2) Nilai Perusahaan (Y)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, secara parsial profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan likuiditas berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Alifatul Laili Fajriah, Ahmad Idris, Umi Nadhiroh (2022)	Pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	(X1) Pertumbuhan perusahaan (X2) Ukuran perusahaan (X3) Nilai perusahaan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negative

No.	Peneliti	Judul penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
7.	Fini Rahma, Retno Fuji oktaviani (2024)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, dan ukuran perusahaan Terhadap Nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2023)	Profitabilitas (X1) Likuiditas (X2) Pertumbuhan Perusahaan (X3) Ukuran perusahaan (X4) Nilai perusahaan (Y)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas dan likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
8.	Wina Ayu Isnaeni, Suryo Budi Santoso, Erny Rachmawati, Selamat Eko BudiSantoso (2021)	Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas (X1) Pertumbuhan Perusahaan (X2) Ukuran Perusahaan (X3) Struktur Modal (X4) Nilai Perusahaan (Y)	Berdasarkan hasil analisis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

D. Kerangka Konseptual

Menurut *Business Research* (1992) dalam (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa kerangka berpikir adalah model konseptual yang menunjukkan bagaimana teori berkaitan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai isu penting dalam penelitian. Kerangka berpikir yang baik berfungsi menjelaskan secara teoritis keterkaitan antarvariabel yang akan diteliti yaitu variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2023).

Berdasarkan landasan teoritis dan temuan dari penelitian terdahulu, variabel dalam penelitian ini terdiri dari profitabilitas (X1) yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA) dan Pertumbuhan Perusahaan (X2) yang diukur melalui *sales growth* sebagai variabel independen, serta nilai perusahaan (Y) yang diukur melalui *Price to Book Value* (PBV) sebagai variabel dependen.

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan Return on Assets (ROA), yang mencerminkan efektivitas manajemen dalam memanfaatkan seluruh aset untuk menghasilkan keuntungan.

Perusahaan dengan tingkat ROA yang tinggi menandakan bahwa perusahaan mampu mengelola asetnya secara efisien sehingga menghasilkan laba yang optimal. Kondisi ini akan memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja dan

prospek perusahaan di masa depan. Investor cenderung menilai perusahaan dengan profitabilitas tinggi sebagai perusahaan yang sehat dan layak untuk dijadikan tempat investasi, sehingga dapat meningkatkan permintaan saham dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan teori sinyal (signaling theory) yang menyatakan bahwa informasi keuangan yang baik, seperti tingkat profitabilitas yang tinggi, akan menjadi sinyal positif bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Informasi tersebut digunakan investor sebagai dasar dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marwa et al. (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih baik. Penelitian lain oleh Putra dan Lestari (2020) serta Rahmawati dan Handayani (2023) juga menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena laba yang tinggi meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan.

2. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan indikator yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperluas aktivitas usahanya dan meningkatkan kinerja operasional dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, pertumbuhan perusahaan

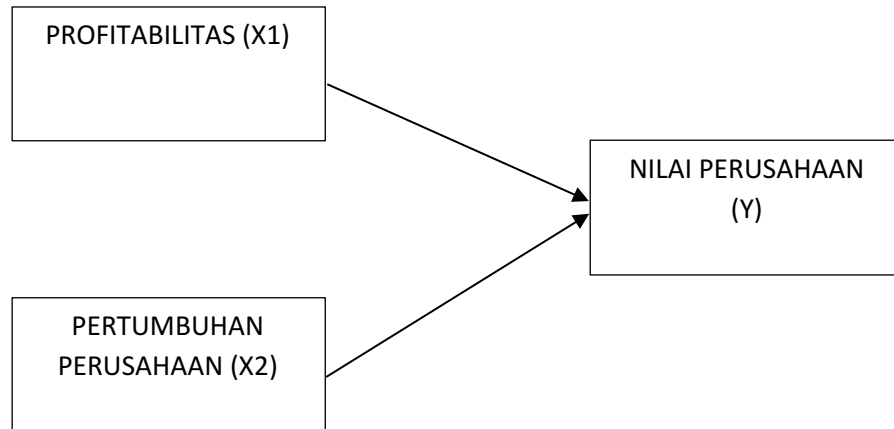
diproksikan dengan Sales Growth, yang menunjukkan peningkatan atau penurunan penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya.

Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan mampu diterima dengan baik oleh pasar. Kondisi ini mencerminkan prospek perusahaan yang baik di masa depan dan dapat meningkatkan kepercayaan investor. Pertumbuhan perusahaan yang positif akan mendorong peningkatan laba di masa mendatang, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hal ini sesuai dengan teori sinyal, di mana pertumbuhan penjualan yang meningkat menjadi sinyal positif bagi investor terkait keberlangsungan usaha dan prospek perusahaan di masa depan. Investor cenderung memberikan penilaian lebih tinggi terhadap perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari dan Abundanti (2021) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan Sales Growth berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain oleh Pratama et al. (2022) juga menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena peningkatan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja dan daya saing di pasar.

Berdasarkan uraian di atas, kerangka konseptual yang terbentuk dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data Sugiyono (2023:99).

H1: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri food and beverage yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI).

H2: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI)