



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN KINERJA
KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR
FOOD AND BEVERAGE**

Ahmad Ikhtiar¹, Dalila Sahra Adelia², Dena Aridilla Putri³, Gita Fitriani⁴

ahmadikhtiar14@gmail.com, dalilasahraadelia@gmail.com,

denaaridillaputri01@gmail.com, gitafitriani491@gmail.com

Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Pamulang.

Abstract

This research is a quantitative study that uses secondary data obtained from the financial statements of Food and Beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2023–2024 period. This study aims to analyze the effect of sales growth and financial performance on firm value. The purposive sampling technique was used in determining the sample and resulted in 74 observations that met the research criteria. Data analysis was carried out using panel data regression, and through the Chow Test and Hausman Test it was determined that the Fixed Effect Model (FEM) is the most appropriate model to use. The results of the study show that financial performance and sales growth do not have a significant partial effect but have a significant simultaneous effect on firm value, which indicates that the influence is stronger when the variables are viewed together, while not strong enough individually. In addition, firm value is likely influenced by other factors outside the research model.

Keywords: sales growth; financial performance; company value; Food and Beverage sub-sector companies.

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2023–2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan dan kinerja keuangan penjualan terhadap nilai perusahaan. Teknik purposive sampling digunakan dalam penentuan sampel dan menghasilkan 74 observasi yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan dengan regresi data panel, dan melalui Uji Chow serta Uji Hausman ditetapkan bahwa *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model yang paling tepat digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan secara parsial namun berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh lebih kuat jika variabel dilihat secara bersamaan, sementara belum cukup kuat secara individual. Selain itu nilai perusahaan kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: pertumbuhan penjualan; kinerja keuangan; nilai perusahaan; perusahaan subsektor makanan dan minuman.



1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Nilai perusahaan merupakan indikator utama yang mencerminkan tingkat kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa investor menilai perusahaan mampu memberikan keuntungan jangka panjang serta menjaga keberlanjutan usaha (Fitriana et al., 2025). Hal ini sejalan dengan pendapat Asofyan dan Indrati (2025) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan berkaitan erat dengan kemampuan perusahaan meningkatkan kemakmuran pemegang saham melalui peningkatan harga saham.

Pertumbuhan penjualan juga merupakan variabel penting yang menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kapasitas pasar dan pendapatannya. Pertumbuhan penjualan dianggap sebagai indikator yang mencerminkan kekuatan daya saing serta prospek perusahaan di masa mendatang (Arianti & Yatinigrum, 2022). Investor menilai pertumbuhan penjualan yang stabil sebagai sinyal positif terkait peluang ekspansi dan keberlanjutan operasional.

Kinerja keuangan menjadi aspek fundamental yang sering diperhatikan investor dalam menilai kualitas manajemen dan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Namun, hasil penelitian sebelumnya tidak konsisten. Menurut Wirdha dan Afandi (2025), kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas yang

baik memberikan sinyal positif mengenai kemampuan perusahaan mengelola aset secara efisien. Penelitian Fitriana et al. (2025) juga memperkuat temuan tersebut, bahwa kinerja keuangan berperan sebagai sinyal yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan sehingga mampu meningkatkan kepercayaan investor. Sedangkan menurut Asofyan dan Indrati (2025) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak selalu berpengaruh terhadap nilai perusahaan, terutama ketika peningkatan penjualan tidak diikuti dengan peningkatan profitabilitas.

Selain kinerja keuangan, Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan adanya research gap yang perlu diteliti kembali.

Sub Sektor *Food and Beverage* memiliki karakteristik khusus karena bergerak pada produk kebutuhan dasar seperti makanan, minuman, dan barang konsumsi esensial. Sub sektor ini relatif stabil meskipun menghadapi perubahan kondisi ekonomi. Pada tahun 2023–2024, sub sektor ini menghadapi tantangan berupa tekanan inflasi, perubahan preferensi konsumen, dan penyesuaian daya beli yang dapat berdampak pada kinerja keuangan serta pertumbuhan penjualan perusahaan. Kondisi tersebut memunculkan kebutuhan untuk memahami bagaimana pasar merespons kinerja perusahaan dalam sub sektor yang stabil namun dinamis ini.

Berdasarkan uraian tersebut dan ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya terkait hubungan



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh kedua variabel tersebut terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023–2024. Penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris terbaru yang relevan bagi investor, akademisi, maupun perusahaan dalam memahami faktor penentu nilai perusahaan di sub sektor ini.

Rumusan Masalah

1. Apakah pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2023-2024?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2023-2024?
3. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2023-2024?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2023-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan

terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2023-2024.

3. Untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2023-2024.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Signalling Theory

Teori sinyal diperkenalkan oleh Spence (1973) yang menyatakan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor melalui informasi yang dipublikasikan, seperti laporan keuangan. Sinyal ini membantu investor menilai apakah perusahaan memiliki prospek yang baik atau tidak.

Dalam penelitian ini, kinerja keuangan dan pertumbuhan penjualan dipandang sebagai sinyal yang menunjukkan kondisi dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta meningkatkan pendapatan. Sinyal positif dari kedua variabel tersebut diharapkan meningkatkan kepercayaan investor sehingga berdampak pada naiknya nilai perusahaan. Sebaliknya, sinyal yang kurang baik dapat menurunkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

depan. Menurut Ningrum (2022), nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan dianggap mampu memberikan keuntungan bagi investor. Dalam teori agensi, nilai perusahaan dapat menjadi ukuran keberhasilan manajemen dalam menjalankan tanggung jawabnya terhadap pemegang saham. Kinerja keuangan dan pertumbuhan penjualan yang baik umumnya akan memperkuat nilai perusahaan karena menunjukkan bahwa perusahaan mampu dikelola secara efektif dan efisien.

Pertumbuhan Penjualan

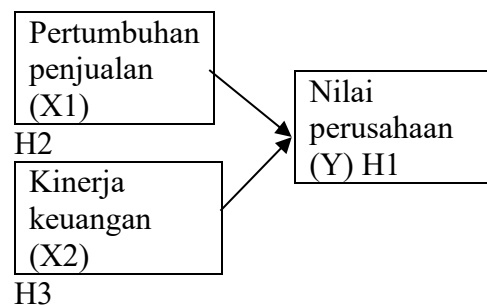
Pertumbuhan penjualan menggambarkan sejauh mana pendapatan perusahaan meningkat dari periode sebelumnya. Arianti dan Yatinigrum (2022) menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan menjadi salah satu indikator penting untuk menilai hasil kerja manajemen dalam memperluas pasar. Temuan dari Putri dan Sari (2023) juga menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Peningkatan penjualan menjadi tanda bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan mampu menarik perhatian investor. Artinya, semakin tinggi pertumbuhan penjualan, semakin besar kemungkinan nilai perusahaan ikut meningkat.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset untuk menghasilkan laba. Menurut Fahmi

(2014), kinerja keuangan biasanya diukur melalui rasio profitabilitas seperti *Return on Assets* (ROA). Rasio ini menunjukkan seberapa besar laba yang bisa dihasilkan dari setiap aset yang digunakan. Penelitian Agustini et al. (2025) menemukan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan kinerja keuangan yang tinggi akan lebih dipercaya investor karena dianggap memiliki prospek yang baik di masa depan. Dalam teori agensi, hal ini menggambarkan bahwa manajemen sudah menjalankan perannya dengan baik dalam memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Tabel 1
Kerangka berfikir



Sumber: Data diolah Penulis, 2025

1. H.1: Diduga pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan yang stabil menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Kondisi ini menarik perhatian investor karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik ke depan (Putri & Sari, 2023).



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

2. H.2: Diduga kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kinerja keuangan yang baik mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola aset secara efektif dan efisien. Hal ini memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan dikelola dengan baik, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Agustini et al., 2025).

3. H.3: Diduga pertumbuhan penjualan dan kinerja keuangan secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kinerja keuangan yang kuat dan pertumbuhan penjualan yang terus meningkat secara bersamaan menggambarkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Kombinasi kedua faktor ini mampu memperkuat posisi perusahaan di pasar dan meningkatkan persepsi positif investor terhadap nilai perusahaan (Agustini et al., 2025; Putri & Sari, 2023).

III. METODE PENELITIAN

Tabel 2
kriteria sampel

No.	Kriteria	Hasil	Jumlah sampel
1	Perusahaan sub sektor <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Priode Berjalan.	-1	71
2	Perusahaan sub sektor <i>Food and</i>	-27	44

	<i>Beverage</i> yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode penelitian.		
3	perusahaan yang memiliki kelengkapan data sesuai kebutuhan penelitian	-7	37
Periode penelitian tahun 2023-2024		2 tahun	
Total data observasi		37 x 2 = 74	

Sumber: Data diolah Penulis, 2025

penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, yaitu pendekatan mengenai masalah yang berupa fakta dari suatu populasi dengan tujuan guna menjawab sebuah hipotesis dari suatu objek penelitian dengan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023-2024 yang berjumlah 72 perusahaan. Data di ambil dari web www.idx.co.id.

Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan metode independennya yaitu perumbuhan penjualan dan kinerja keuangan. purposive sampling dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu: (1) Perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Priode Berjalan., (2) Perusahaan sub sektor *Food and Beverage* yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode penelitian., (3)



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

perusahaan yang memiliki kelengkapan data sesuai kebutuhan penelitian. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, maka jumlah sampel penelitian sebanyak 37 perusahaan dengan jumlah observasi selama 2 tahun, sehingga menjadi 74 data observasi. Teknik pengumpulan data adalah sekunder yang berarti data penelitian di dapat dari laporan tahunan masing-masing sampel terpilih. Teknik analisis data menggunakan alat bantu *Microsoft Excel* dan *E-views* versi 12 dengan melakukan uji statistik deskriptif, uji model regresi data panel, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Variabel yang diteliti antara lain nilai perusahaan sebagai variabel dependen sedangkan variabel

2	Variabel independen	Pertumbuhan penjualan	$\text{Sales growth} = \frac{(\text{Penjualan } n_t - \text{Penjualan } n_{t-1})}{\text{Penjualan } n_{t-1}}$	Rasio
3	Variabel independen	Kinerja keuangan	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 3. didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Statistik Destriptif

	LOGY	X1	X2
Mean	0,328345	39,07576	7,736213
Median	0,269287	4,271507	6,482358
Maximum	2,462608	1463,960	33,19433
Minimum	1,409467	40,47659	0,008747
Std. Dev.	0,856034	192,4879	6,509121
Jarque-Bera	1,803356	5634,783	76,87641
Probability	0,405888	0.000000	0.000000
Observations	74	74	74

Sumber: Data Olahan E-views 12, 2025

jumlah observasi sebanyak 74 data. Pada variabel Y (Nilai Perusahaan) menunjukkan nilai rata-

Tabel 2
Variabel Penelitian dan pengukuran

No	Jenis variabel	Nama variabel	Pengukuran	Skala
1	Variabel dependen	Nilai perusahaan	$\text{PBV} = \frac{\text{Nilai Penutupan Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$	Rasio



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

rata sebesar 0,328345, nilai tertingginya sebesar 2,462608, lalu nilai terendah sebesar -1,409467 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,856034.

Pada variabel X1 (Pertumbuhan Penjualan) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 39,07576, nilai tertingginya 1463,960, lalu nilai terendah sebesar -40,47659, dengan nilai standar deviasi sebesar 192,4879. Pada variabel X2 (Kinerja Keuangan) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 7,736213, nilai tertingginya 33,19433, lalu nilai terendah sebesar 0,008747, dengan standar deviasi 6,509121.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran awal mengenai karakteristik data penelitian sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Penelitian ini menggunakan tiga variabel, yaitu Y, X1, dan X2, dengan total 74 observasi. Statistik deskriptif disajikan untuk melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata, median, serta tingkat penyebaran data.

Gambar 1. Hasil Uji Chow

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

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	21.584795	(36,35)	0.0000
Cross-section Chi-square	232.672063	36	0.0000

Sumber: Data Olahan E-views 12, 2025

Berdasarkan uji *chow* pada gambar 1. Nilai didapat bahwa nilai probabilitas sebesar $0,0000 < 0,05$, maka H1 diterima. sehingga model

yang dipilih adalah *fixed effect model* atau FEM.

Gambar 2. Hasil 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	11.014416	2	0.0041

Sumber: Data Olahan E-views 12, 2025

Berdasarkan hasil uji hausman pada gambar 2. Nilai didapat bahwa nilai (prob) cross section random adalah $0.0041 < 0.05$ maka H1 diterima. sehingga model yang dipilih adalah *fixed effect model* atau FEM.

Setelah dilakukan pengujian untuk memilih model persamaan data panel yang akan digunakan melalui uji chow dan uji hausman, hasilnya menunjukkan bahwa model yang terpilih adalah fixed effect model. Dengan demikian, tidak dilakukan pengujian *langrange multiplier*.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan uji Jarque-Bera pada *output* regresi data panel. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ data berdistribusi normal, Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ data tidak normal. Nilai Prob(Jarque-Bera) sebesar $0.965 > 0,05$, sehingga residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi



Seminar Nasional & Call For Paper :

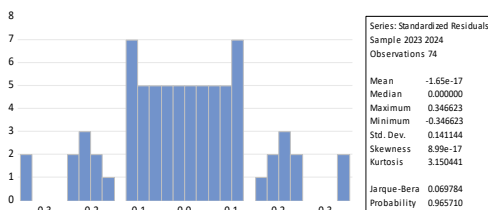
“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Olahan E-views 12, 2025

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi multikolinieritas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai korelasi antar variabel X, yaitu X1 (Pertumbuhan Penjualan) dan X2 (Kinerja Keuangan). Korelasi $> 0,80$ terjadi multikolinieritas. Korelasi $< 0,80$ tidak terjadi multikolinieritas. Korelasi X1–X2 sebesar -0.0408 , lebih kecil dari batas $0,80$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

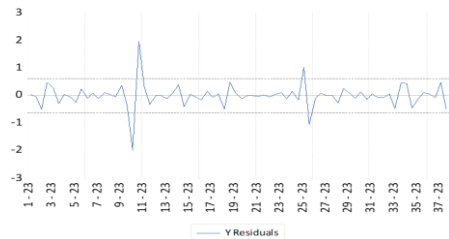
Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2
X1	1,000000	0,040853
X2	-0,040853	1,0000

Sumber: Data Olahan E-views 12, 2025

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. Grafik residual



Sumber: Data Olahan E-views 12, 2025

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan residual grafik seperti yang bisa dilihat pada tabel 3. Titik residual berada di antara -500 dan 500 menyebar acak tidak terjadi heteroskedastisitas. Titik residual membentuk pola tertentu terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi panel.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kesalahan (*error*) pada periode t dengan periode sebelumnya (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada penelitian ini diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar $3,894$ dari jumlah sampel sebanyak 74 dan jumlah variabel bebas (independen) sebanyak 2 ($n = 74, k = 2$), maka pada tabel Durbin-Watson (DW) akan didapat nilai $du = 1,6785$ dan $4 - du$ sebesar $2,3215$. Nilai Durbin-Watson (DW) dari persamaan tersebut berada pada $du < d < (4 - du)$ atau $1,6785 < 3,894 < 2,3215$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi.



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

Gambar 5
Hasil analisis regresi linear berganda

variabel	Coefficient	Sig
Nilai perusahaan (y)	0,166763	0,0000
Pertumbuhan penjualan (x1)	-9,01e-05	0,7959
Kinerja keuangan (x2)	0,021342	0,1005
Adjusted R ²	0,943298	
F hitung	32,95891	
Sig. F	0,0000	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan gambar 5 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,943298, yang berarti bahwa 94% variasi perubahan Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel Kinerja Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan, sedangkan 6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dan model regresi tidak layak untuk diuji. Apabila nilai signifikansi $F \leq 0,05$, maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen dan model regresi layak untuk diuji. Berdasarkan hasil analisis pada tabel 6, didapatkan hasil F hitung sebesar 32,95891 dengan nilai signifikan sebesar $< 0,000000$ yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya, secara simultan Kinerja Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pada uji t derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%). Jika signifikansi $t \leq \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika signifikansi $t > \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 6 maka pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Variabel X₂ (Kinerja Keuangan) memiliki nilai signifikan 0,1005. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima dengan arah positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap *Dividend Policy*.

2. variabel X₁ (Pertumbuhan Penjualan) memiliki nilai signifikan sebesar 0,7959. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti hipotesis ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil estimasi menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM) yang terpilih melalui Uji Chow dan Uji Hausman, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.673902348820.000592363375672 * X_1 + 0.050348540523 * X_2 + [CX=F]$$

1. Nilai Konstanta (α) sebesar 1.67390234882 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen (X₁ dan X₂) bernilai nol, maka nilai perusahaan (Y) secara rata-rata berada pada angka 1.67390234882.

2. Koefisien regresi variabel X₁ bernilai -0.000592363375672, yang berarti bahwa apabila X₁ mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai perusahaan (Y) diperkirakan akan menurun sebesar 0.000592363375672, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Tanda negatif menunjukkan adanya hubungan berlawanan arah antara X₁ dan Y.

3. Koefisien regresi variabel X₂ bernilai 0.050348540523, yang berarti bahwa apabila X₂ meningkat satu satuan, maka nilai perusahaan (Y) diperkirakan akan meningkat sebesar 0.050348540523, dengan asumsi variabel lain tetap. Tanda



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

positif menunjukkan hubungan searah antara X_2 dan Y .

4. Persamaan ini menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM) karena berdasarkan hasil Uji *Chow* dan Uji Hausman pada dokumen penelitian, model FEM dipilih sebagai model terbaik dan paling sesuai untuk data yang digunakan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi $0,7959 > 0,05$, sehingga kinerja keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Alasannya: walaupun penjualan meningkat, banyak perusahaan di subsektor *Food and Beverage* mengalami kenaikan biaya produksi, sehingga peningkatan penjualan tidak otomatis meningkatkan keuntungan. Investor menilai bahwa pertumbuhan pendapatan saja tidak cukup menjadi indikator nilai perusahaan bila tidak disertai peningkatan laba. walaupun penjualan meningkat, banyak perusahaan di subsektor *Food and Beverage* mengalami kenaikan biaya produksi, sehingga peningkatan penjualan tidak otomatis meningkatkan keuntungan. Investor menilai bahwa pertumbuhan pendapatan saja tidak cukup menjadi indikator nilai perusahaan bila tidak disertai peningkatan laba.

Pengaruh Kinerja Keuangan (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi $0,1005 > 0,05$, sehingga pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Alasannya: nilai ROA perusahaan pada periode 2023–2024 cenderung fluktuatif.

dan sebagian perusahaan memiliki profitabilitas rendah, sehingga

profitabilitas belum dianggap sebagai sinyal kuat oleh investor dalam menilai nilai perusahaan. Investor kemungkinan melihat faktor lain seperti stabilitas pasar, inovasi produk, atau kondisi ekonomi.

Pengaruh Kinerja Keuangan dan Pertumbuhan Penjualan secara Simultan

Hasil uji F menunjukkan nilai probabilitas $0,000000 < 0,05$, sehingga kedua variabel berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan. Penjelasan: meskipun masing-masing variabel tidak berpengaruh ketika diuji secara terpisah, tetapi ketika digabungkan dalam satu model, keduanya memberikan gambaran kondisi perusahaan yang lebih lengkap sehingga secara keseluruhan tetap memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 sebesar 0,943298, yang berarti bahwa 94% perubahan nilai perusahaan dijelaskan oleh variabel kinerja keuangan dan pertumbuhan penjualan. Hal ini menunjukkan model kuat, meskipun pengaruh parsial tidak signifikan.

V. Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan, dibuktikan oleh nilai probabilitas masing-masing 0,7959 dan 0,1005. Namun, secara simultan keduanya berpengaruh signifikan dengan probabilitas 0,000000, sehingga kombinasi kedua variabel tetap dapat menjelaskan perubahan nilai perusahaan, yang didukung oleh nilai R^2 sebesar 0,943298. Temuan ini



Seminar Nasional & Call For Paper :

“Smartpreneur: Membangun UMKM Tangguh di Era AI dan Ketidakpastian Global”

4 Desember 2025

Vol. 5 No. 1 Tahun 2025

No. ISSN: 2809-6479

menegaskan bahwa faktor lain di luar ROA dan pertumbuhan penjualan memiliki peran lebih besar dalam menentukan nilai perusahaan subsektor *Food and Beverage* pada periode 2023–2024.

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan saran kepada peneliti selanjutnya agar penelitian menambahkan variabel seperti ukuran perusahaan, struktur modal, atau kebijakan dividen untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif yang selanjutnya dapat membandingkan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. P., Yuliana, I. G. A., & Pradnyawati, N. M. D. (2025). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Manufaktur di BEI. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*,
- Arianti, N., & Yatinigrum, D. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 11(5), 1120–1132.
- Asofyan, H., & Indrati, R. (2025). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Pertumbuhan Penjualan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 28(2), 233–247.
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fitriana, D., Pratiwi, S., & Rahmawati, L. (2025). Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan: Bukti Empiris dari Perusahaan Non-Siklus Konsumen di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 20(1), 15–27.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Ningrum, S. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer*, 5(3), 98–110.
- Putri, D. A., & Sari, R. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Barang Konsumsi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 12(4), 66–75.
- Wirdha, R., & Afandi, M. (2025). Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Sektor Industri Barang Konsumsi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 15(2), 178–189.
- Arliantari, R., & Nauli, P. (2026). Peran Kinerja Keuangan dan Struktur Aset sebagai Prediktor Agresivitas Pajak Emiten Sektor Kesehatan di Indonesia. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 390–406.