

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak dapat dipisahkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, karena penelitian yang dilakukan mempunyai persamaan dan perbedaan sesuai dengan objek yang diteliti.

1. Situngkir *et al.* (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan dan profitabilitas dengan kebijakan hutang sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan pada subsektor industri pengolahan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel independen yang digunakan adalah pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Kebijakan hutang dijadikan sebagai variabel moderasi. Sampel penelitian dengan total sampel sebanyak 165 perusahaan subsektor manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2018-2020. Teknik penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik regresi linier berganda menggunakan SPSS V23 sebagai alat penelitian. Berdasarkan hasil penelitian (Situngkir *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kebijakan hutang tidak memoderasi pengaruh

pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dan kebijakan hutang tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Persamaan peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini terletak pada:

- a. Menggunakan variabel dependen nilai perusahaan.
- b. Menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen.

Perbedaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu:

- a. Sampel peneliti sebelumnya menggunakan perusahaan subsektor manufaktur barang konsumsi. Sedangkan peneliti saat ini menggunakan perusahaan sektor *property* dan *real estate*.
- b. Teknik analisis peneliti sebelumnya hanya menggunakan regresi linier berganda, sedangkan peneliti saat ini menggunakan tambahan uji beda.

2. **Rantika et al. (2022)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar BEI tahun 2018-2020. Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas digunakan sebagai variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah profitabilitas. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 32 perusahaan sektor industri barang konsumsi tahun 2018-2020. Teknik analisis data yang digunakan ada 4 yaitu statistik deskriptif, analisis data panel, estimasi model regresi data panel, dan pemilihan model regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan

secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Secara simultan ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Persamaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya terletak pada:

- a. Pertumbuhan penjualan digunakan sebagai variabel independen.
- b. Profitabilitas digunakan sebagai variabel dependen.

Perbedaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu:

- a. Sampel yang digunakan oleh peneliti saat ini menggunakan perusahaan sektor *property & real estate*. Sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan perusahaan sektor industri barang konsumsi.
- b. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti saat ini menggunakan analisis regresi dan analisis jalur. Sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan analisis data panel.

3. Romadhoni (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan hasil pertumbuhan pendapatan, pertumbuhan perusahaan dan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada PT Ciputra Development Tbk dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2020. Variabel independen yang digunakan

adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Nilai perusahaan digunakan sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu laporan keuangan triwulan PT Ciputra Development Tbk tahun 2013-2020 dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menghasilkan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Secara simultan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan peneliti saat ini dan peneliti terdahulu yaitu terletak pada:

- a. Variabel pertumbuhan penjualan digunakan sebagai variabel independen.
- b. Nilai perusahaan digunakan sebagai variabel dependen.
- c. Teknik analisis data sama-sama menggunakan *purposive sampling*.

Perbedaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu terletak pada teknik analisis data, peneliti saat ini menggunakan teknik analisis regresi dan ada penambahan analisis jalur mediasi. Sedangkan peneliti sebelumnya hanya menggunakan analisis regresi linier berganda.

4. Aji & Haptari (2022)

Tujuan dari penelitian ini adalah meninjau apakah kebijakan insentif PPN Ditanggung Pemerintah (PPN DTP) atas penyerahan rumah memiliki dampak

terhadap profitabilitas Perusahaan. Variabel independen yang digunakan adalah pertumbuhan penjualan serta variabel dependen yang digunakan adalah profitabilitas. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 46 perusahaan dari 79 perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Dependent T-Test* untuk melakukan uji beda rata-rata data berpasangan. Hasil penelitian menunjukkan saat kondisi ekonomi yang sama terdapat dampak insentif PPN DTP pada profitabilitas 2020 dan 2021, sedangkan saat kondisi ekonomi yang berbeda pada profitabilitas 2019 dan 2021 tidak terdapat dampak insentif PPN DTP, sehingga hal ini dapat menjadi suatu pertimbangan kebijakan fasilitas PPN yang bersifat permanen yang diberikan setelah pandemi Covid-19 atas penyerahan rumah berdasarkan jenis dan harga jual rumah setiap zonasi wilayah.

Persamaan peneliti saat ini dan sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen.

Perbedaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya terletak pada jenis penelitian sebelumnya menggunakan kualitatif dan kuantitatif, sedangkan penelitian saat ini menggunakan penelitian kuantitatif.

5. Aizar & Wijaya (2022)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui indikator keefektifan fasilitas PPN DTP *Property*, mengetahui efektivitas Fasilitas PPN DTP *Property* yang diberikan pemerintah, dan mengetahui dampak adanya Fasilitas PPN DTP *Property* terhadap perekonomian. Variabel independen yang digunakan yaitu

pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pinjaman di bank, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu efektivitas Fasilitas PPN DTP. Sampel penelitian yaitu menggunakan data sekunder berupa perkembangan *property* residensial dari Bank Indonesia (BI), dan data primer dari wawancara dengan narasumber yang berprofesi sebagai developer *property*. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan metode studi kepustakaan serta wawancara. Data diolah dan dianalisis untuk melihat perubahan indikator seperti permintaan *property* dan pertumbuhan pinjaman KPR. Hasil penelitian menyatakan bahwa Indikator keefektifan Fasilitas PPN DTP *Property* itu sendiri dapat dilihat dari jumlah permintaan *property* sebelum dan setelah adanya fasilitas serta dengan melihat pertumbuhan pinjaman KPR sebelum dan sesudah adanya fasilitas. Kebijakan ini dapat dikatakan berjalan dengan efektif karena indikator tersebut mengalami peningkatan dibandingkan sebelum diberlakukannya fasilitas PPN DTP *Property* selama pandemi berlangsung. Adanya Fasilitas PPN DTP *Property* juga berdampak terhadap perekonomian selama pandemi.

Kesamaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu variabel yang digunakan sama-sama menggunakan pertumbuhan penjualan

Perbedaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya terletak pada:

- a. Variabel dependen yang digunakan peneliti sebelumnya yaitu efektivitas Fasilitas PPN DTP. Sedangkan, peneliti saat ini menggunakan nilai perusahaan.

- b. Sampel yang digunakan oleh peneliti sebelumnya yaitu data sekunder berupa perkembangan property residensial dari Bank Indonesia dan data primer dari wawancara dengan narasumber. Sedangkan, peneliti saat ini menggunakan perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI.
- c. Teknik penelitian sebelumnya menggunakan metode studi kepustakaan. Sedangkan, saat ini menggunakan analisis regresi linier.

6. Anggorowati & Ilyas (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, struktur modal dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 – 2019. Variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas, *leverage*, struktur modal, dan kebijakan dividen, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan. Sampel penelitian yang digunakan yaitu sebanyak enam perusahaan makanan dan minuman sehingga jumlah observasi dalam penelitian selama tahun 2015 – 2019 adalah 30 sampel yang terdaftar di BEI. Teknik penelitian yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, leverage, struktur modal dan

kebijakan dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya adalah:

- a. Variabel dependen yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan nilai perusahaan.
- b. Variabel independen yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan profitabilitas.
- c. Teknik analisis yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan analisis regresi berganda.

Perbedaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu terletak pada sampel penelitian, peneliti sebelumnya menggunakan perusahaan sektor makanan dan minuman. Sedangkan, peneliti saat ini menggunakan sektor Perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

7. Elisa & Amanah (2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan diukur dengan *Return On Equity* (ROE), *Current Ratio* (CR), *Debt To Equity Ratio* (DER), *Total Asset Turnover* (TATO), ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan diukur menggunakan *Price To Book Value* (PBV). Variabel independen yang digunakan yaitu kinerja keuangan, ukuran Perusahaan, dan pertumbuhan penjualan, sedangkan nilai perusahaan

digunakan untuk variabel dependen. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 72 sampel dari 12 perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek di Indonesia periode 2014 – 2019. Teknik penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *return on equity*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel *current ratio*, *debt to equity ratio*, dan *total asset turnover* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya terletak pada:

- a. Variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan.
- b. Variabel independen yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan pertumbuhan penjualan.

Perbedaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu terletak pada sampel penelitian, peneliti sebelumnya menggunakan perusahaan subsektor *food and beverages* peneliti saat ini menggunakan sektor Perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

8. Yulimtinan & Atiningsih (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Variabel independen menggunakan *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai

variabel mediasi. Sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* yang mendapatkan 27 perusahaan sektor otomotif dan sektor logam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis *Partial Least Square* (PLS) yang dibantu dengan *software smart PLS 3.0*. hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Selanjutnya *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memediasi *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan peneliti terdahulu dan peneliti saat ini terletak pada:

- a. Variabel independen yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan pertumbuhan penjualan.
- b. Sama-sama menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.
- c. Variabel mediasi yang digunakan sama-sama menggunakan profitabilitas.

Perbedaan antara peneliti terdahulu dan peneliti saat ini adalah:

- a. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah analisis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software smart PLS 3.0*, sedangkan peneliti saat ini menggunakan analisis regresi linier dengan menggunakan SPSS 25.

- b. Sampel peneliti yang digunakan oleh peneliti terdahulu yaitu perusahaan sektor otomotif dan sektor logam yang terdaftar di BEI periode 2015-2019, sedangkan peneliti saat ini menggunakan perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI periode 2021-2022.

9. Inda Rosari & Subardjo (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keputusan pendanaan, *firm size*, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan *food and baverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan pendanaan, *firm size*, dan *sales growth*. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan dan profitabilitas digunakan sebagai variabel mediasi. Sampel penelitian yang digunakan yaitu laporan keuangan dan kinerja keuangan perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda 2 tahap dan analisis jalur untuk variabel mediasi, dimana keputusan keuangan, *firm size*, dan *sales growth* sebagai variabel bebas, dan nilai perusahaan sebagai variabel terikat, serta profitabilitas sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil penelitian, keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. *Firm size* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA. *Sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. DER juga berpengaruh positif signifikan terhadap PBV. *Firm size* tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV. *Sales growth* tidak

berpengaruh signifikan terhadap PBV. ROA tidak memediasi hubungan antara DER dan PBV, tetapi mampu memediasi hubungan antara *firm size* dan PBV. ROA tidak memediasi hubungan antara *sales growth* dan PBV.

Kesaamaan antara peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini yaitu terletak pada:

- a. Variabel independen sama-sama menggunakan pertumbuhan penjualan.
- b. Variabel dependen sama-sama menggunakan nilai perusahaan.
- c. Sama-sama menggunakan profitabilitas sebagai variabel mediasi.
- d. Teknik analisis data yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan analisis regresi linier dan uji mediasi.

Perbedaan anantara peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini yaitu terletak pada sampel data yang digunakan oleh peneliti. Peneliti sebelumnya menggunakan sampel perusahaan sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Sedangkan peneliti saat ini menggunakan sampel perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2022.

10. Rahayu et al. (2020)

Peneliti ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia di BEI periode tahun 2015-2018. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini yaitu ukuran

perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas. Sedangkan nilai perusahaan digunakan menjadi variabel dependen. Menggunakan metode *purposive sampling* yang menghasilkan 40 sampel perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode tahun 2015-2018. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian (Rahayu *et al.*, 2020) menunjukkan secara simultan ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya terletak pada:

- a. Variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas.
- b. Menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Perbedaan antara peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini yaitu:

- a. Sampel yang digunakan oleh peneliti sebelumnya yaitu perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Sedangkan peneliti saat ini menggunakan sampel perusahaan sektor *property* dan *real estate*.
- b. Teknik peneliti sebelumnya menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan peneliti saat ini menambahkan uji mediasi pada teknik penelitian.

11. Sembiring (2020)

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan, variabel piutang, dan likuiditas terhadap profitabilitas perusahaan dagang subsektor perdagangan besar barang produksi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia. Variabel independen yang digunakan terdiri dari pertumbuhan penjualan dan likuiditas. Dan profitabilitas digunakan sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan pada penelitian yaitu 6 perusahaan dagang subsektor perdagangan besar barang produksi yang *go public* di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas pertumbuhan penjualan, perputaran piutang, dan likuiditas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Persamaan peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini terletak pada:

- a. Variabel independen sama-sama menggunakan pertumbuhan penjualan.
- b. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini sama-sama menggunakan analisis regresi linier.

Perbedaan antara peneliti terdahulu dan peneliti saat ini adalah:

- a. Variabel dependen peneliti terdahulu menggunakan profitabilitas sedangkan peneliti saat ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

- b. Sampel yang digunakan oleh peneliti terdahulu yaitu menggunakan perusahaan subsektor perdagangan besar barang produksi, sedangkan peneliti saat ini menggunakan perusahaan sektor *property* dan *real estate*.

12. Pratiwi (2020)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel independen, dan untuk variabel dependen menggunakan nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Sampel penelitian yang digunakan adalah 31 perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2018. Hasil dari penelitian (Pratiwi, 2020) menunjukkan bahwa struktur modal dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kesamaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu:

- a. Sama-sama menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen.
- b. Menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen

Perbedaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya terdapat pada:

- a. Teknik analisis peneliti sebelumnya menggunakan analisis regresi linier berganda sedangkan, peneliti saat ini tidak hanya menggunakan analisis regresi linier sederhana namun juga menggunakan uji mediasi.

- b. Sampel penelitian yang digunakan oleh peneliti sebelumnya yaitu perusahaan dengan kode LQ45 yang terdaftar di BEI sedangkan, peneliti saat ini menggunakan perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

13. Alifia Kanti Sugesti (2020)

Penelitian untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan, *leverage*, likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening* pada industri sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2020. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini yaitu pertumbuhan penjualan, *leverage* dan likuiditas. Variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan dan profitabilitas digunakan sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, dengan perolehan jumlah sampel sebanyak 25 perusahaan selama 3 tahun sehingga diperoleh data sebanyak 75. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur dengan program SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, *leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memediasi pertumbuhan penjualan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas mampu memediasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Persamaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu terletak pada:

- a. Variabel mediasi yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan variabel profitabilitas.
- b. Nilai perusahaan sama-sama digunakan sebagai variabel dependen.
- c. Variabel independen sama-sama menggunakan pertumbuhan penjualan.
- d. Teknik analisis data yaitu sama menggunakan analisis jalur.

Perbedaan peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya yaitu terletak pada sampel penelitian yang digunakan. Peneliti saat ini menggunakan perusahaan sektor *property & real estate*, sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan perusahaan industri sub sektor makanan dan minuman.

14. Palupi (2019)

Tujuan dari peneliti ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kebijakan hutang, profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada sektor *property* dan *real estate* periode 2012 - 2016. Variabel dependen yang digunakan yaitu nilai perusahaan dan variabel independen yang digunakan yaitu kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel dari penelitian ini adalah sepuluh (10) perusahaan sektor *property* dan *real estate*, karena tiga puluh tujuh (37) perusahaan lainnya tidak memiliki kelengkapan data untuk dianalisis. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah model regresi data panel yang merupakan gabungan antara data silang (*cross section*) dengan data runtut waktu (*time series*). Hasil penelitian secara parsial kebijakan dividen memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sub

sektor properti dan real estate. Kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor *property* dan *real estate*. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor *property* dan *real estate*.

Persamaan peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini yaitu:

- a. Sama-sama menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.
- b. Sama-sama menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen.
- c. Sampel yang digunakan sama-sama menggunakan sektor *property* dan *real estate*.

Perbedaan antara peneliti sebelumnya dan peneliti saat ini yaitu peneliti sebelumnya menggunakan analisis data panel dan *Ordinary Least Squares* (OLS). Sedangkan, peneliti saat ini menggunakan analisis uji beda.

15. Chandra & Djajadikerta (2017)

Penelitian ini bertujuan untuk Menentukan apakah modal intelektual, profitabilitas, dan *leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan variabel yang digunakan adalah *intellectual capital*, profitabilitas, dan *leverage*. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis regresi berganda. Sampel pada penelitiannya yaitu 31 perusahaan sektor *property*, *real estate*, dan konstruksi bangunan yang terdaftar dalam Bursa Efek di Indonesia.

Kesamaan antar peneliti yaitu terdapat pada:

- a. Menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.
- b. Variabel independen sama-sama menggunakan profitabilitas.

Perbedaan antar peneliti yaitu terdapat pada:

- a. Periode sampel peneliti sebelumnya menggunakan periode 2010-2015 sedangkan, peneliti saat ini menggunakan periode 2021-2022.
- b. Teknik analisis peneliti sebelumnya menggunakan analisis regresi linier berganda sedangkan, peneliti saat ini tidak hanya menggunakan analisis regresi linier sederhana namun juga menggunakan uji mediasi.

Tabel 2. 1

RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU

No.	Nama (Tahun)	Topik Penelitian	Varibel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1.	Jangasih Situngkir; Aloysius Harry Mukti; M.F Christiningrum (2023)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Pertumbuhan Penjualan (X1); Profitabilitas (X2); Kebijakan Hutang (Z)	Dengan total sampel sebanyak 165 perusahaan subsektor manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2018-2020.	Teknik regresi linier berganda menggunakan SPSS V23	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kebijakan hutang tidak memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dan kebijakan hutang tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2.	Dwi Rantika (2022)	Profitabilitas	Profitabilitas (Y); Ukuran Perusahaan (X1); Pertumbuhan Penjualan (X2); Likuiditas (X3)	32 perusahaan sektor industri barang konsumsi tahun 2018-2020	Analisis Data Panel	Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan

No.	Nama (Tahun)	Topik Penelitian	Varibel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Secara simultan ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.
3.	Hananing Romadhoni (2022)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Pertumbuhan Penjualan (X1); Pertumbuhan Perusahaan (X2); Ukuran Perusahaan (X3)	Laporan keuangan triwulan PT Ciputra Development Tbk tahun 2013-2020.	Analisis Regresi Linier Berganda	Secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Secara simultan, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
4.	Bahrian Kuncoro Aji & Vissia Dewi Haptari (2022)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Penjualan (X1); Profitabilitas (X2)	46 perusahaan dari 79 perusahaan properti dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI.	Dependent T-Test untuk melakukan uji beda rata-rata data berpasangan	Hasil penelitian menunjukkan saat kondisi ekonomi yang sama terdapat dampak insentif PPN DTP pada profitabilitas 2020 dan 2021, sedangkan saat kondisi ekonomi yang berbeda pada profitabilitas 2019 dan 2021 tidak terdapat dampak insentif PPN DTP.
5.	Naufal Abda Aizar & Suparna Wijaya (2022)	Efektivitas Fasilitas PPN DTP	Efektivitas Fasilitas Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah (PPN DTP) (Y); Pertumbuhan	Data sekunder berupa perkembangan properti residensial dari Bank Indonesia	Analisis dilakukan dengan menggunakan metode studi kepustakaan	Hasil penelitian menyatakan bahwa kebijakan ini dapat dikatakan berjalan dengan efektif karena indikator tersebut

No.	Nama (Tahun)	Topik Penelitian	Varibel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
			Penjualan (X1); Pertumbuhan Pinjaman KPR (X2)	(BI), dan data primer dari wawancara dengan narasumber yang berprofesi sebagai developer properti	serta wawancara.	mengalami peningkatan dibandingkan sebelum diberlakukannya fasilitas PPN DTP Properti selama pandemi berlangsung. Adanya Fasilitas PPN DTP Properti juga berdampak terhadap perekonomian selama pandemi.
6.	Meylani Dwi Anggorowati & Meifida Ilyas (2022)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Profitabilitas (X1); <i>leverage</i> (X2); Struktur Modal (X3); Kebijakan Dividen (X4)	Sampel penelitian adalah sebanyak enam perusahaan makanan dan minuman, sehingga jumlah observasi dalam penelitian selama tahun 2015-2019 adalah 30 sampel yang terdaftar BEI.	Teknik analisis regresi berganda	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, Leverage, Struktur Modal dan Kebijakan Dividen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
7.	Siti Nur Elisa & Lailatul Amanah (2021)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Kinerja Keuangan (X1); Ukuran Perusahaan (X2); Pertumbuhan Penjualan (X3)	Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 72 sampel dari 12 perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019.	Analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 23	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Variabel return on equity, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel current ratio, debt to equity ratio, dan total asset turnover tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
8.	Zalfa	Nilai	Nilai Perusahaan	27 perusahaan	Analisis data	Berdasarkan hasil

No.	Nama (Tahun)	Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
	Yulimtinan & Suci Atiningsih (2021)	Perusahaan	(Y); <i>Leverage</i> (X1); Ukuran Perusahaan (X2); Pertumbuhan Penjualan (X3)	sektor otomotif dan sektor logam yang terdaftar di BEI periode 2015-2019 dengan menggunakan metode purposive sampling.	yang digunakan adalah analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS) yang dibantu dengan software smartPLS 3.0.	pengujian data menunjukkan bahwa <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Selanjutnya <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memediasi <i>leverage</i> , ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
9.	Qori Inda Rosari & Anang Subardjo (2021)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Keputusan Pendanaan (X1); <i>Firm Size</i> (X2); <i>Sales Growth</i> (X3); Profitabilitas (Z)	Sampel yang digunakan yaitu perusahaan sektor <i>Food and Beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.	Analisis regresi linier berganda 2 tahap dan n analisis jalur untuk variabel mediasi dengan menggunakan SPSS versi 25	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel <i>firm size</i> berpengaruh positif terhadap variabel ROA, variabel ROA dan DER berpengaruh positif terhadap variabel PBV, dan variabel ROA mampu memediasi variabel <i>firm size</i> terhadap variabel PBV.
10.	Vindy Sulistyo Rahayu; Rita Indah Mustikowati; Adi Suroso (2020)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Ukuran Perusahaan (X1); Pertumbuhan Penjualan (X2); Profitabilitas (X3)	Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, diperoleh 40 sampel dalam kurun waktu 2015-2018 dari laporan keuangan tahunan di Bursa Efek Indonesia yang diakses	Teknik analisis linier berganda	Hasil analisis menunjukkan secara simultan ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial pertumbuhan penjualan tidak

No.	Nama (Tahun)	Topik Penelitian	Varibel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
				melalui www.idx.co.id .		berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
11.	Ririh Dian Pratiw (2020)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Struktur Modal (X); Profitabilitas (X2); Ukuran Perusahaan (X3)	Total sampel 31 perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2018.	Teknik analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
12.	Masta Sembiring (2020)	Profitabilitas	Profitabilitas (Y); Pertumbuhan Penjualan (X1); Likuiditas (X2)	6 perusahaan dagang subsektor perdagangan besar barang produksi yang go publik di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016	Teknik analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas pertumbuhan penjualan, perputaran piutang, dan likuiditas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
13.	Alifia Kanti Sugesti (2020)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Pertumbuhan Penjualan (X1); <i>Leverage</i> (X2); Likuiditas (X3); Profitabilitas (M)	25 perusahaan selama 3 tahun sehingga diperoleh data sebanyak 75	Analisis Jalur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, leverage berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, leverage dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap

No.	Nama (Tahun)	Topik Penelitian	Varibel Penelitian	Sampel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
						nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memediasi pertumbuhan penjualan dan leverage terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas mampu memediasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.
14.	Rara Sukma Palupi; Susanto Hendiarto (2019)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); Kebijakan Dividen (X1); Kebijakan Hutang (X2); Profitabilitas (X3)	Metode pemilihan sampel adalah purposive sampling dan didapat 10 perusahaan yang sesuai dengan kriteria sampel.	Metode analisis data menggunakan data panel dan <i>Ordinary Least Squares</i> (OLS).	Secara parsial kebijakan dividen memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor properti dan <i>real estate</i> . Kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor properti dan <i>real estate</i> . Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor properti dan <i>real estate</i> .
15.	Haryani Chandra & Hamfri Djajadikerta (2017)	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan (Y); <i>Intellectual Capital</i> (X1); Profitabilitas (X2); <i>Lverage</i> (X3)	31 perusahaan sektor properti, <i>real estate</i> , dan konstruksi bangunan yang terdaftar dalam BEI (2010 – 2015)	Teknik analisis regresi berganda	Secara parsial intellectual capital, profitabilitas, dan leverage berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa intellectual capital, profitabilitas, dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Data diolah pada 06 November 2024

Tabel 2. 2
MATRIKS PENELITIAN TERDAHULU

No.	Nama Peneliti	Variabel Independen									
		UP	P	PP	IC	LK	KK	L	KD	KH	SM
1.	Jangasih Situngkir; Aloysius Harry Mukti; M.F Christiningrum (2023)		B+	TB							
2.	Dwi Rantika (2022)	B		B+		TB					
3.	Hananing Romadhoni (2022)	TB		B-							
4.	Bahrian Kuncoro Aji & Vissia Dewi Haptari (2022)		B+	B+							
5.	Naufal Abda Aizar & Suparna Wijaya (2022)			B+							
6.	Meylani Dwi Anggorowati & Meifida Ilyas (2022)		B-					B+	TB		B-
7.	Siti Nur Elisa & Lailatul Amanah (2021)	B+		B+			B+				
8.	Zalfa Yulimtinan & Suci Atiningsih (2021)	TB		TB				TB			
9.	Qori Inda Rosari & Anang Subardjo (2021)	B+		TB							
10.	Vindy Sulistyو Rahayu; Rita Indah Mustikowati; Adi Suroso (2020)	B	B	TB							
11.	Ririh Dian Pratiw (2020)	TB	B								B
12.	Masta Sembiring (2020)			TB		B+					
13.	Alifia Kanti Sugesti (2020)			B+		TB		TB			
14.	Rara Sukma Palupi; Susanto Hendiarto (2018)		TB						B+	TB	
15.	Haryani Chandra & Hamfri Djajadikerta (2017)		B+		B+			B+			

Sumber: Data diolah pada 06 November 2024

Keterangan Variabel Independen

1. Ukuran Perusahaan (UP)
2. Profitabilitas (P)
3. Pertumbuhan Penjualan (PP)
4. *Intellectual Capital*
5. Likuiditas (LK)
6. Kinerja Keuangan (KK)
7. *Leverage* (L)
8. Kebijakan Deviden (KD)

9. Kebijakan Hutang (KH)
10. Struktur Modal (SM)

Tabel 2.2 Menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, penelitian tersebut diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori: berpengaruh positif (B+), di mana variabel independen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen; berpengaruh negatif (B-), di mana variabel independen memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap variabel dependen; dan tidak berpengaruh (TB), di mana variabel independen tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Sinyal

Penelitian ini menggunakan teori sinyal. Teori sinyal (*signalling theory*) yang diperkenalkan oleh Ross (1977) menyatakan bahwa sinyal merupakan alat komunikasi di mana pengirim (pemilik) menyampaikan informasi relevan kepada penerima. Penerima kemudian menyesuaikan tindakannya berdasarkan pemahaman terhadap sinyal tersebut. Sinyal ini dapat berupa informasi tentang langkah-langkah yang diambil manajemen untuk memenuhi harapan pemilik, seperti promosi atau informasi lain yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor (Rantika et al., 2022). Menurut Brigham dan Houston (2014), *Signalling Theory* adalah konsep di mana perusahaan memberikan tanda atau sinyal kepada investor untuk mengurangi ketimpangan informasi antara keduanya. Sinyal ini berupa tindakan atau keputusan manajemen, seperti pertumbuhan penjualan. Ketika perusahaan

menunjukkan pertumbuhan penjualan yang signifikan, investor menilai bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan berkelanjutan dan kemampuan untuk mengelola laba dengan baik. Dengan demikian, sinyal tersebut menjadi kabar positif yang mampu menarik minat investor (Rahayu et al., 2020).

Signalling theory adalah konsep yang menjelaskan bagaimana informasi digunakan oleh investor untuk memutuskan penanaman modal di suatu perusahaan. Dalam hubungan antara prinsipal dan agen, diperlukan pengawasan untuk memastikan kinerja perusahaan sesuai dengan target yang ditetapkan. Manajer perlu mempertimbangkan penggunaan utang secara bijak untuk meningkatkan nilai perusahaan sekaligus memberikan sinyal positif kepada pihak eksternal. Karena adanya keterkaitan antara manajer dan investor, penelitian ini menggunakan teori sinyal sebagai dasar analisis (Yulimtinan & Atiningsih, 2021).

Keterkaitan antara teori sinyal dengan penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tinggi mencerminkan prospek cerah bagi perusahaan, yang memicu respons positif dari investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Informasi ini juga dapat mengindikasikan keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing. Peningkatan laba yang dicapai oleh perusahaan menunjukkan kinerja yang baik, sehingga menciptakan sentimen positif di kalangan investor (Rantika et al., 2022). Ketika suatu perusahaan mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan, manajer keuangan mengambil keputusan pendanaan yang diarahkan untuk mendukung investasi. Keputusan ini memberikan sinyal positif yang dapat dimanfaatkan investor sebagai dasar untuk mengambil keputusan berinvestasi di perusahaan tersebut (Inda Rosari & Subardjo, 2021).

2.2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar, karena nilai tersebut dapat memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham apabila harga saham perusahaan naik. Berbagai keputusan yang dibuat oleh manajemen bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang diwujudkan melalui peningkatan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham, yang tercermin dalam harga saham (Fadrul *et al.*, 2020). Nilai perusahaan adalah ukuran penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek dan kinerja keuangan suatu perusahaan. Nilai ini mencakup total nilai ekuitas pasar, utang, dan aset lainnya, yang menunjukkan seberapa besar harga yang mungkin akan dibayar oleh investor untuk mengakuisisi seluruh perusahaan.

Menurut Anggorowati & Ilyas (2022) nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan, menunjukkan prospek perusahaan di masa depan, serta menjadi indikator keseluruhan dari bagaimana pasar menilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospeknya di masa depan. Pasar modal berfungsi sebagai tempat untuk menerbitkan dan memperdagangkan instrumen keuangan seperti saham dan obligasi. Berikut beberapa indikator utama yang diharapkan sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan:

Rumus menurut Ningrum (2022):

1. Price Earning Ratio

$$\text{Price Earning Rasio} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share (EPS)}}$$

2. Price Book Value

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Harga Buku Per Lembar Saham}}$$

3. Tobin's Q

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{D}}{\text{BVE} + \text{D}}$$

Keterangan:

MVE = Nilai Pasar Ekuitas (*Market value of equity*) diperoleh dari nilai pasar saham pada akhir periode dikalikan dengan jumlah saham yang beredar pada akhir periode

BVE = Nilai Buku Ekuitas (*Book value of equity*) diperoleh dari selisih total aset dalam perusahaan dengan total kewajiban perusahaan

D = *Debt*, nilai buku dari total utang perusahaan pada akhir periode

2.2.3 Insentif dan Fasilitas PPN DTP

Menurut Mankiw (2021) insentif adalah dorongan yang diberikan untuk memotivasi individu atau kelompok agar melakukan tindakan tertentu. Bentuknya bisa berupa penghargaan atau keuntungan finansial. Dalam ekonomi, insentif digunakan untuk mendorong perilaku yang diinginkan, seperti meningkatkan produktivitas atau kepatuhan terhadap aturan. Di Indonesia, insentif pajak untuk Pajak Pertambahan Nilai hanya dari berbagai jenis salah satunya yaitu Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah (PPN DTP). Fasilitas PPN Ditanggung Pemerintah (PPN DTP) adalah kebijakan dari pemerintah Indonesia untuk mengurangi beban pajak yang seharusnya dibayar oleh wajib pajak, dengan pemerintah menanggung PPN tersebut.

Insentif PPN DTP diatur dalam PMK Nomor 21/PMK.010/2021 yang digantikan oleh PMK Nomor 103/PMK.010/2021 pasal tujuh untuk tahun 2021 terkait pajak terutang yang ditanggung oleh pemerintah sebesar 100% dan 50%

dan untuk tahun 2022 diatur dalam PMK Nomor 06/PMK.0101/2022 pasal tujuh terkait pajak terutang yang ditanggung oleh pemerintah sebesar 50% dan 25%. Kebijakan ini bertujuan memberikan stimulus ekonomi, terutama dalam kondisi seperti krisis atau pandemi. Di Indonesia, terdapat dua jenis fasilitas pajak untuk Pajak Pertambahan Nilai, yaitu fasilitas di mana PPN terutang tidak dipungut sebagian atau seluruhnya, dan fasilitas di mana PPN dibebaskan (Aji & Haptari, 2022).

2.2.4 Pertumbuhan Penjualan

Menurut Harahap (2016) pertumbuhan penjualan didefinisikan sebagai perubahan, baik peningkatan maupun penurunan, dalam jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau selama periode waktu tertentu. Dengan demikian, penjualan perusahaan dapat mengalami kenaikan atau penurunan. Semakin besar peningkatan penjualan, maka laba perusahaan cenderung meningkat dan kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Pertumbuhan penjualan merujuk pada peningkatan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya, baik itu tahunan atau dalam jangka waktu tertentu. Ini menunjukkan peningkatan dari tingkat penjualan yang diterima perusahaan dari hasil penjualan produknya. Pertumbuhan penjualan dapat mencerminkan kondisi keuangan perusahaan, dengan keuntungan dari penjualan yang berpotensi meningkatkan pendapatan. Untuk menghitung pertumbuhan penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan, dapat dilakukan dengan cara mengurangi penjualan tahun ini dengan penjualan tahun sebelumnya, kemudian membandingkannya dengan penjualan di tahun sebelumnya (Kartika Pratiwi *et al.*, 2021).

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang digunakan untuk menilai peningkatan penjualan dengan cara menghitung selisih antara penjualan pada satu periode tertentu dan penjualan pada periode sebelumnya, kemudian membagi hasilnya dengan penjualan pada periode sebelumnya. Hasil perhitungan ini biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase untuk menggambarkan perubahan relatif penjualan dari satu periode ke periode lainnya (Kasmir, 2018). Pertumbuhan penjualan adalah indikator kinerja penting yang menunjukkan penerimaan produk di pasar serta efektivitas strategi perusahaan dalam mengelola pasar dan daya saing. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi dan cara mengukurnya membantu perusahaan merencanakan strategi bisnis yang lebih baik. Berikut beberapa indikator utama yang diharapkan sebagai indikator untuk mengukur pertumbuhan penjualan:

Rumus menurut (Harahap, 2016) :

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan Periode ini} + \text{Penjualan Periode Sebelumnya}}{\text{Penjualan Periode Ini}}$$

Rumus menurut (Budiman, 2018) :

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan Periode Terkini}}{\text{Penjualan Periode Sebelumnya}}$$

Rumus Menurut (Kasmir, 2018) :

$$\text{Net Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net sales } t - 1} \times 100\%$$

2.2.5 Profitabilitas

Profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan. Manajemen perusahaan diharapkan mampu mencapai target yang telah

ditentukan, memastikan bahwa keuntungan yang diperoleh sesuai dengan harapan, bukan hanya sekadar mendapatkan laba. Dengan mencapai target keuntungan, perusahaan dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, meningkatkan mutu, serta melakukan investasi baru. Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba maksimal (Kasmir, 2018). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dari operasionalnya, diukur dengan membandingkan laba dengan pendapatan atau aset yang digunakan, menggambarkan efisiensi dalam memanfaatkan sumber daya.

Menurut Mia Novianti *et al* (2023) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modal kerja untuk menghasilkan keuntungan, sehingga tidak kesulitan dalam membayar hutang, baik jangka pendek maupun jangka panjang, serta membayar dividen kepada investor. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, semakin besar pula dividen yang dibagikan kepada pemegang saham. Berikut beberapa indikator utama yang diharapkan sebagai indikator untuk mengukur profitabilitas:

Rumus menurut (Kasmir, 2018):

1. Profit Margin on Sales

Untuk margin laba kotor dengan rumus:

$$\textit{Profit Margin on Sales} = \frac{\textit{Penjualan Bersih} - \textit{Harga Pokok Penjualan}}{\textit{Sales}}$$

Untuk margin laba bersih dengan rumus:

$$\textit{Net Profit Margin} = \frac{\textit{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\textit{Sales}}$$

2. Return on Investment (ROI)

$$\textit{ROI} = \textit{Margin Laba Bersih} \times \textit{Perputaran Total Aktiva}$$

3. Return on Equity (ROE)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

4. Laba Per Lembar Saham

$$\text{Laba Per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

Rumus menurut (Brigham & Huston, 2018):

$$\text{Return on total asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Neto}}{\text{Total Aset}}$$

2.3 Hubungan antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Rahayu et al. (2020) pertumbuhan penjualan menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan tercermin dari total penjualan atau pendapatan yang diperoleh setiap tahun. Pertumbuhan dapat diukur dengan membandingkan jumlah penjualan tahun ini dengan tahun sebelumnya. Hal ini akan mempengaruhi nilai perusahaan. Jika pertumbuhan penjualan terus meningkat, perusahaan akan menghasilkan laba yang lebih besar, yang menunjukkan kondisi perusahaan yang semakin membaik. Dengan demikian, semakin baik pertumbuhan penjualan, semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Teori sinyal menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan yang signifikan mengirimkan sinyal positif kepada investor tentang prospek perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki strategi yang efektif dan mampu beradaptasi dengan pasar, yang berpotensi meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan. Sinyal ini meningkatkan kepercayaan investor, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan

diharapkan oleh pihak internal dan eksternal karena menunjukkan perkembangan yang baik. Dari perspektif eksternal, pertumbuhan mencerminkan aspek menguntungkan perusahaan dan diharapkan memberikan return yang baik bagi investor (Yulimtinan & Atiningsih, 2021).

Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh (Elisa & Amanah, 2021) dan (Fajriah et al., 2022) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketika pertumbuhan penjualan meningkat maka diharapkan laba perusahaan meningkat dan hal tersebut dapat mempengaruhi penilaian investor sehingga dapat menarik investor.

2.3.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Penjualan adalah kriteria utama dalam menilai profitabilitas perusahaan dan berfungsi sebagai indikator penting dari aktivitas perusahaan (Sembiring, 2020). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Peningkatan penjualan dapat menaikkan pendapatan perusahaan yang secara langsung berpotensi meningkatkan laba. Pertumbuhan penjualan adalah salah satu faktor yang memengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. Penjualan harus menjadi fokus utama dalam suatu perusahaan, karena tanpa strategi penjualan yang efektif, perusahaan tidak akan beroperasi dengan baik. Semakin tinggi penjualan, semakin besar pula profitabilitas yang dapat dicapai oleh perusahaan (Hasanah, 2020).

Dalam kerangka teori sinyal, pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya dengan efektif

dan meningkatkan keuntungan. Hal ini membuat investor melihat pertumbuhan penjualan sebagai tanda bahwa perusahaan berada dalam posisi yang kuat untuk menghasilkan laba yang berkelanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan adanya peningkatan pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk dalam operasionalnya. Pertumbuhan penjualan di tahun sebelumnya dapat dijadikan dasar untuk memperbaiki kegiatan operasional di masa depan agar lebih efisien (Yulimtinan & Atiningsih, 2021).

Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh (Anindita, 2019), (Hasanah, 2020) dan (Elina & Handayani, 2021) mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan yang dicapai oleh perusahaan, semakin besar pula laba yang akan diperoleh. Pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kapasitas untuk menghasilkan pendapatan yang signifikan melalui penjualan produk.

2.3.3 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2021) profitabilitas memberikan dampak terhadap nilai perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan untuk secara konsisten menghasilkan keuntungan. Tingkat profitabilitas yang tinggi juga dapat menaikkan harga saham, yang pada gilirannya meningkatkan nilai pasar perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar potensi peningkatan nilai perusahaannya. Profitabilitas mencerminkan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan dan menunjukkan

sejauh mana perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan (Putri & Puspitasari, 2022).

Dalam teori sinyal profitabilitas tinggi mengurangi ketidakpastian pasar tentang kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan, yang meningkatkan kepercayaan investor dan pada gilirannya menaikkan nilai perusahaan. Sinyal positif ini tercermin dalam harga saham atau kapitalisasi pasar, karena investor menghargai perusahaan dengan profitabilitas yang konsisten sebagai indikasi stabilitas dan keberlanjutan. Menurut Inda Rosari & Subardjo (2021) menyatakan profitabilitas tinggi dapat menarik minat investor karena perusahaan memberikan sinyal positif dan mampu memanfaatkan sumber daya secara efisien untuk menghasilkan laba, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan pemegang saham melalui pembagian dividen dan juga mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh (Chandra & Djajadikerta, 2017), (Pratiwi, 2020), (Putri & Puspitasari, 2022), (Situngkir *et al.*, 2023) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ketika profitabilitas perusahaan meningkat, manajer cenderung memanfaatkan laba bersih untuk mengembangkan bisnis dan melakukan ekspansi, daripada membagikannya kepada pemegang saham.

2.3.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi oleh Profitabilitas

Pertumbuhan penjualan secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Peningkatan penjualan umumnya diikuti oleh kenaikan pendapatan dan laba, yang meningkatkan profitabilitas (Inda Rosari & Subardjo, 2021). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi manajerial dan operasional yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor. Kepercayaan ini tercermin dalam nilai pasar perusahaan, karena investor cenderung memberikan valuasi lebih tinggi pada perusahaan yang menunjukkan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas yang konsisten. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan tidak hanya meningkatkan laba, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan di pasar untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

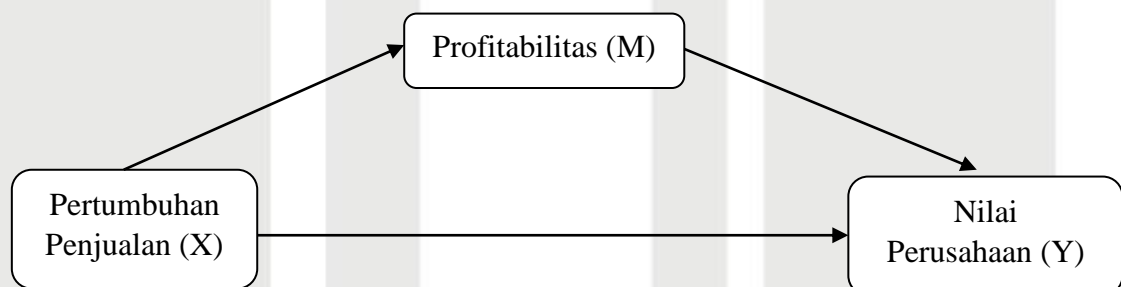
Pertumbuhan penjualan memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai mediator, yang dapat dijelaskan dengan teori sinyal (*signalling theory*). Sinyal positif yang diberikan oleh pertumbuhan penjualan menunjukkan kepada investor bahwa perusahaan memiliki strategi bisnis yang efektif dan produk yang diterima pasar, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan (Rahayu et al., 2020). Namun, dampak ini terjadi tidak langsung, melainkan melalui profitabilitas. Ketika pertumbuhan penjualan disertai dengan efisiensi operasional yang baik, perusahaan dapat mengelola biaya secara optimal dan menghasilkan laba yang lebih besar. Profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal tambahan kepada pasar bahwa perusahaan mampu

menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan, yang menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam menilai nilai perusahaan.

Menurut Yulimtinan & Atiningsih (2021) pertumbuhan penjualan yang positif mencerminkan perkembangan perusahaan yang baik. Dengan menghitung tingkat pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memproyeksikan kinerjanya di masa depan. Kenaikan profitabilitas yang dihasilkan dari pertumbuhan penjualan akan memberikan dampak tidak langsung terhadap nilai perusahaan, sekaligus memberikan sinyal positif kepada pihak eksternal yang memerlukan informasi tentang perusahaan.

2.4 Kerangka pemikiran

Gambar dibawah ini didasarkan pada hubungan antara variabel independen yaitu pertumbuhan penjualan dan profitabilitas sebagai variabel mediasi dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan.



Sumber: Data diolah pada 13 Oktober 2024

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah yang ada. Berdasarkan paparan teoritis serta kerangka pemikiran diatas, maka dapat ditarik hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H₁: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H₂: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas

H₃: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H₄: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan dimediasi oleh profitabilitas