

Determinan Nilai Perusahaan Emiten Manufaktur Bei 2022-2024 Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Margareta Febe¹, Meyke Ardianti²

Universitas Bunda Mulia^{1,2)}

mfebe@bundamulia.ac.id

*Corresponding Author

Submitted: March 10, 2026

Accepted: March 25, 2026

Published: April 7, 2026

ABSTRACT

Firm value serves as a key indicator of management performance in utilizing organizational resources. A high firm value reflects a lower risk of default, thereby facilitating companies in obtaining bank loans at competitive interest rates. The manufacturing sector plays a crucial role as the backbone of the national economy; however, fluctuations in stock price indices and increasing industry competition require firms to continuously enhance their value as a representation of shareholders' wealth. This study aims to examine and analyze the factors influencing firm value of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2024 period, with firm size as a moderating variable. The population consists of manufacturing sector companies classified under IDX-IC for the period 2022–2024. The sample was selected using purposive sampling combined with outlier data elimination, resulting in 78 observations. Multiple linear regression analysis was employed as the primary analytical method. The data have also satisfied classical assumption tests and the F-test requirements. The results indicate that sales growth has a significant effect on firm value, while other variables such as profitability and leverage do not show significant influence. Furthermore, firm size as a moderating variable is unable to strengthen or weaken the relationship between profitability and firm value. The magnitude of assets does not necessarily guarantee efficiency or profitability, thus failing to impact firm value. Instead, signals such as increasing sales across periods are more capable of significantly enhancing firm value. This study suggests that future research should incorporate non-financial variables, such as audit committees or independent commissioners, to further examine their influence on firm value.

Keywords: Profitability; Leverage; Sales Growth; Firm Size; Firm Value

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan cerminan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan (Christiana et al, 2025) . Bagi investor, nilai perusahaan menjadi indikator penting dalam pengambilan keputusan investasi. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, dimana semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan dan kemakmuran para pemegang saham juga meningkat (Rusli et al, 2020). Nilai perusahaan mendapat perhatian khusus dari banyak pihak berkepentingan seperti investor, kreditur ataupun pemerintah. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan risiko gagal bayar yang rendah, sehingga memudahkan perusahaan mendapatkan pinjaman bank dengan suku bunga yang kompetitif. Nilai Perusahaan menggambarkan bagaimana kinerja pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh manajemen dalam periode tertentu. Kinerja keuangan perusahaan – perusahaan di BEI akan menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan maupun kebijakan (Pangestu & Margaretha, 2024). Pada dasarnya, tujuan manajemen perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai

perusahaan (Felicia & Pangestu, 2025). Sektor manufaktur memegang peranan krusial sebagai tulang punggung ekonomi nasional, namun fluktuasi indeks harga saham serta ketatnya persaingan industri menuntut setiap entitas untuk terus meningkatkan nilai perusahaannya sebagai cerminan dari kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya. Setiap perusahaan selalu berupaya mengeksplorasi berbagai strategi untuk memaksimalkan keuntungan yang diinginkan dan nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan (Sari & Pangestu, 2025). Penelitian mengenai nilai perusahaan pada sektor manufaktur menjadi sangat krusial karena sektor ini merupakan indikator utama stabilitas ekonomi makro yang memiliki kompleksitas operasional dan eksposur risiko yang tinggi. Nilai perusahaan bukan sekadar refleksi harga saham di bursa, melainkan representasi dari tingkat kepercayaan investor terhadap prospek pertumbuhan jangka panjang dan efektivitas manajemen dalam mengalokasikan modal. Dalam industri manufaktur yang padat aset, efisiensi pengelolaan rantai pasok dan kontrol terhadap struktur biaya sangat menentukan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba yang berkelanjutan. Perusahaan bertujuan untuk mencapai kinerja keuangan optimal setiap tahunnya. Tindakan yang harus diambil oleh perusahaan adalah memperkuat fundamental perusahaan (Pangestu & Octavia, 2025). Selain itu, transparansi dalam pelaporan keuangan dan kepatuhan terhadap regulasi perpajakan menjadi sinyal penting yang memitigasi asimetri informasi, sehingga mencegah terjadinya diskon valuasi oleh pasar. Memahami determinan nilai perusahaan memungkinkan para pemangku kepentingan untuk mengidentifikasi variabel strategis yang dapat meningkatkan daya saing industri di tengah fluktuasi harga komoditas dan perubahan teknologi produksi yang cepat.

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai kinerja keuangan yang dilakukan peneliti dalam negeri maupun luar negeri seperti penelitian (Christiana et al, 2025), Felicia & Pangestu (2025), Kammagi & Veny (2023) dan (Rusli et al, 2020) belum menunjukkan hasil dan prediksi yang sama dan konsisten antar peneliti. Setiap penelitian memiliki hasil pengaruh yang berbeda dari tahun ke tahun sehingga memungkinkan untuk dilakukan pengembangan model penelitian kembali. Keterbaruan utama penelitian ini terletak pada kontekstualisasi waktu dan kondisi ekonomi yang spesifik pada periode 2022-2024, di mana sektor manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) sedang berada dalam fase pemulihan pasca-pandemi serta menghadapi tantangan volatilitas ekonomi global. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang seringkali menempatkan ukuran perusahaan (*firm size*) hanya sebagai variabel kontrol, penelitian ini memposisikannya sebagai variabel moderasi. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa pembaruan basis data (*dataset*) pada periode 2022-2024.

STUDI LITERATUR

Teori Sinyal (*Theory of Signalling*)

Teori pensinyalan (*signalling theory*) memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan nilai perusahaan manufaktur, di mana laporan keuangan dan keputusan manajerial berfungsi sebagai instrumen komunikasi kepada pihak eksternal. Teori sinyal meyakini bahwa ada asimetri informasi diantara manajemen perusahaan dengan penerima informasi (Yopeace et al, 2024). Dalam industri manufaktur yang memiliki struktur aset yang kompleks, investor sering kali menghadapi asimetri informasi karena tidak mengetahui kondisi internal perusahaan secara menyeluruh. Ketika perusahaan manufaktur mempublikasikan kinerja keuangan yang melampaui ekspektasi pasar, hal ini ditangkap oleh investor sebagai sinyal kredibilitas manajemen dalam mengelola risiko operasional dan fluktuasi biaya produksi. Sinyal positif ini kemudian akan direspons oleh pasar melalui peningkatan permintaan saham, yang secara otomatis mendorong harga saham naik dan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Sebaliknya, ketidakkonsistenan dalam pelaporan atau penurunan kinerja dapat dianggap sebagai sinyal buruk (*bad news*) yang memicu koreksi harga saham. Dengan demikian, efektivitas teori pensinyalan dalam sektor manufaktur sangat bergantung pada transparansi dan ketepatan waktu pengungkapan informasi untuk memitigasi keraguan investor dan memperkuat valuasi pasar.

Hubungan antara Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Kemampuan perusahaan menghasilkan laba menjadi determinan utama dalam menarik minat

investor. Berdasarkan teori pensinyalan (*signalling theory*), tingkat pengembalian yang tinggi (seperti *Return on Assets* atau *Return on Equity*) merupakan sinyal kuat bahwa manajemen telah mencapai efisiensi operasional dalam mengelola aset tetap yang masif dan menekan biaya produksi. Dalam konteks industri manufaktur yang padat modal, profitabilitas yang stabil memberikan kepastian bagi pasar bahwa perusahaan memiliki arus kas yang cukup untuk membiayai ekspansi, membayar dividen, dan memenuhi kewajiban jangka panjang. Investor cenderung memberikan valuasi harga saham yang lebih tinggi (premium) kepada perusahaan yang mampu mempertahankan margin laba di tengah fluktuasi harga bahan baku. Sebaliknya, penurunan profitabilitas sering kali dianggap sebagai indikator inefisiensi atau melemahnya daya saing produk, yang berujung pada penurunan harga saham dan depresiasi nilai perusahaan secara keseluruhan.

H1: Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Hubungan antara Leverage dengan Nilai Perusahaan

Peningkatan utang yang melampaui batas optimal justru dapat menurunkan nilai perusahaan karena meningkatnya beban bunga dan risiko gagal bayar (*financial distress*). Utang yang terlalu tinggi dapat memicu konflik kepentingan antara pemegang saham dan pemegang obligasi, yang berujung pada biaya agensi yang mahal. Bagi perusahaan manufaktur, struktur modal yang terlalu agresif di tengah fluktuasi harga komoditas atau biaya bahan baku yang tidak stabil dapat dianggap sebagai sinyal negatif oleh pasar. Oleh karena itu, hubungan ini sering digambarkan sebagai kurva berbentuk U-terbalik, di mana nilai perusahaan akan meningkat seiring penambahan utang hingga mencapai titik optimal, namun akan menurun jika utang terus ditambah secara berlebihan.

H2: Leverage memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Hubungan Pertumbuhan Penjualan dengan Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori pensinyalan (*signalling theory*), tren kenaikan penjualan yang konsisten merupakan sinyal positif bagi investor bahwa produk perusahaan memiliki daya saing yang kuat dan prospek permintaan yang berkelanjutan di masa depan. Dalam industri manufaktur yang memiliki biaya tetap (*fixed cost*) tinggi, pertumbuhan penjualan yang signifikan memungkinkan perusahaan mencapai skala ekonomi (*economies of scale*). Hal ini berarti biaya produksi per unit akan menurun seiring bertambahnya volume produksi, yang pada akhirnya akan mempertebal margin laba dan meningkatkan nilai intrinsik perusahaan. Investor cenderung merespons pertumbuhan ini dengan ekspektasi arus kas yang lebih besar di masa mendatang, sehingga memicu kenaikan harga saham dan peningkatan terhadap nilai perusahaan.

H3 : Pertumbuhan Penjualan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Hubungan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Penggunaan ukuran perusahaan (*company size*) sebagai variabel moderasi didasarkan pada asumsi bahwa skala operasi suatu entitas manufaktur dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen (profitabilitas) terhadap nilai perusahaan. Secara teoritis, perusahaan besar memiliki akses sumber daya yang lebih luas, diversifikasi produk yang lebih baik, dan tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Pada perusahaan manufaktur skala besar, profitabilitas yang tinggi dianggap sebagai bukti kestabilan operasional dan dominasi pasar. Investor cenderung lebih berani memberikan harga premium pada saham perusahaan besar yang untung dibandingkan perusahaan kecil, karena risiko kebangkrutannya dinilai lebih rendah.

H4 : Ukuran Perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

METODE

Objek dalam penelitian ini adalah laporan Tahunan (*Annual Report*) dan Laporan keuangan (*Financial Statement*) yang dipublikasikan di website Indonesia Stock Exchange (IDX). Sedangkan Subjek penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sektor ManufakturIdx-Ic Periode 2022 - 2024. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, dimana data yang digunakan berupa angka atau berupa numerik Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan auditan dan laporan tahunan perusahaan Sektor

Manufaktur Idx-Ic Periode 2022 - 2024 Laporan keuangan dan laporan tahunan diperoleh dari website BEI maupun website perusahaan. Metode penelitian dan pengujian yang dilakukan adalah Metode *Purposive sampling*, Pengujian asumsi klasik, Uji analisis regresi berganda dan Uji partial

Variabel	Proksi / Indikator Variabel	Referensi
Nilai Perusahaan	<i>Firm Value is measured using the Price to Book Value (PBV) ratio</i>	Felicia & Pangestu (2025) Valensiska & Nugroho (2022)
Profitabilitas (X1)	<i>Return on Assets (ROA) = Net Income / Total Asset</i>	Felicia & Pangestu (2025)
Leverage (X2)	$\frac{\text{Total Hutang (Debt)}}{\text{Total Modal (Equity)}}$	Larasati & Betharia (2024)
Pertumbuhan Penjualan (X3)	$\frac{\text{Penjualan } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1} \times 100\%$	Ain et al (2025) Bitasari et al (2024)
Ukuran Perusahaan (X4)	<i>LN (Total Asset)</i>	Kammagi & Veny (2023)

HASIL

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	78	,00434	,24154	,1138441	,05375641
Leverage	78	,04606	1,33387	,4753738	,34536460
Growth	78	-1,20397	1,56444	,0127242	,63129066
NilaiPerush	78	,44000	3,86588	1,3641023	,86710323
ProfitModUk	78	,12236	7,08607	3,3088295	1,52940796
Valid N (listwise)	78				

Sumber: Data sekunder olahan SPSS 25 (2026)

Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* dan outlier data menghasilkan 78 sampel data penelitian

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,05002809
Most Extreme Differences	Absolute	,051
	Positive	,051
	Negative	-,048
Test Statistic		,051
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data sekunder olahan SPSS 25 (2026)

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,000	,052		,005	,996		
Profitabilitas	,097	,073	,161	1,335	,186	,799	1,251
Leverage	,064	,136	,056	,468	,641	,806	1,240
Growth	4,706	1,520	,336	3,097	,003	,990	1,011

a. Dependent Variable: NilaiPerush

Sumber: Data sekunder olahan SPSS 25 (2026)

Tabel 4 Hasil Uji Run Test

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,00198
Cases < Test Value	39
Cases >= Test Value	39
Total Cases	78
Number of Runs	41
Z	,228
Asymp. Sig. (2-tailed)	,820

a. Median

Sumber: Data primer olahan SPSS 25 (2026).

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,024	,030		,797	,428
	Profitabilitas	,014	,043	,041	,319	,751
	Leverage	,096	,080	,154	1,210	,230
	Growth	-,602	,890	-,077	-,676	,501

a. Dependent Variable: absres

Sumber: Data sekunder olahan SPSS 25 (2026)

Beberapa hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa telah lolos pengujian asumsi klasik sehingga dapat dilakukan pengujian lanjut

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji t tanpa variabel moderasi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,000	,052		,005	,996
	Profitabilitas	,097	,073	,161	1,335	,186
	Leverage	,064	,136	,056	,468	,641
	Growth	4,706	1,520	,336	3,097	,003

a. Dependent Variable: NilaiPerush

Sumber: Data olahan peneliti dari Output SPSS 25.00 (2026)

Tabel 7. Uji t dengan variabel moderasi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,011	,055		,200	,842
	Profitabilitas	,096	,073	,159	1,315	,193
	Leverage	,038	,142	,034	,271	,787
	Growth	4,498	1,558	,321	2,887	,005
	ProfitModUk	-,002	,003	-,076	-,661	,511

a. Dependent Variable: NilaiPerush

Sumber: Data olahan peneliti dari Output SPSS 25.00 (2026)

Hasil juga menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan adalah variabel Pertumbuhan Penjualan (Growth). Variabel lainnya seperti

Profitabilitas, Leverage dan Profitabilitas dengan Variabel moderasi ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Nilai suatu perusahaan.

Hasil Analisis Uji Kelayakan Model (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang layak dan apakah secara bersama-sama seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Pangestu & Hati, 2024). Berikut adalah hasil uji-F.

Tabel 7. Hasil Uji-F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,031	3	,010	3,931	,012 ^b
	Residual	,193	74	,003		
	Total	,223	77			

a. Dependent Variable: NilaiPerush

b. Predictors: (Constant), Growth, Leverage, Profitabilitas

Sumber: Data olahan peneliti dari Output SPSS 25.00 (2026)

Dari hasil uji F diatas, dapat diketahui nilai Sig. sebesar 0,012, yang mana pada tabel di atas, nilai Sig F sebesar 0,012 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen terhadap Nilai Perusahaan atau dapat dikatakan model fit.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,371 ^a	,137	,102	,05103210

a. Predictors: (Constant), Growth, Leverage, Profitabilitas

Sumber: Data olahan peneliti dari Output SPSS 25.00 (2026)

Pada tabel menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* (R2) sebesar 0,137 hal ini dapat diartikan bahwa 13,7% variasi Nilai Perusahaan pada penelitian ini dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan pada penelitian ini. Sisanya sebesar 86,3 % dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya di luar model pada penelitian ini yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

PEMBAHASAN

Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai perusahaan (NilaiPerush)

Variabel Profitabilitas menunjukkan nilai signifikansi dengan 0,193 dimana nilai itu lebih besar dari 0.05, oleh karena itu H₁ ditolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Profitabilitas pada sampel penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (NilaiPerush). Investor mungkin tidak bereaksi terhadap tingkat profitabilitas yang tinggi jika perusahaan dianggap lebih banyak menggunakan keuntungannya untuk aktivitas operasional daripada membagikannya dalam bentuk dividen, sehingga tidak berdampak langsung pada harga saham atau Nilai perusahaan. Tahun 2022-2024 ditandai dengan kenaikan harga bahan baku global dan biaya logistik. Investor mungkin menyadari bahwa profitabilitas perusahaan manufaktur sedang

mengalami tekanan (*compressed margins*). Dalam kondisi ini, pasar lebih fokus pada peningkatan penjualan dibandingkan angka profit bersih semata. Hasil penelitian ini sejalan dengan Alhayra et al (2024), Hasil penelitian tidak sejalan dengan Panjaitan & Supriati (2023), Yopeace et al (2024), Valensiska & Nugroho (2021).

Leverage tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai perusahaan (NilaiPerush)

Variabel Leverage menunjukkan nilai signifikansi dengan 0,787 dimana nilai itu lebih besar dari 0.05, oleh karena itu H_2 ditolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Leverage pada sampel penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan (NilaiPerush). Hal ini menunjukkan bahwa Nilai perusahaan tidak dilihat dari seberapa besar nilai leverage yang dimiliki perusahaan. Berbagai Pihak terutama investor lebih fokus pada kemampuan manajemen mengelola utang secara efektif daripada perbandingan jumlah utangnya. Investor cenderung memperhatikan bagaimana manajemen menggunakan utang secara efektif dan efisien untuk menciptakan nilai tambah, bukan pada besar kecilnya rasio hutang. Hasil Penelitian sejalan dengan Fuadah et al (2026), Larasati & Betharia (2024). Namun tidak sejalan dengan penelitian Bitasari et al (2024).

Pertumbuhan Penjualan (Growth) memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan (NilaiPerush)

Growth menunjukkan nilai signifikansi yaitu: 0,005 dari nilai signifikansi, dimana nilai signifikansi uji t ini lebih kecil dari 0.05, oleh karena itu H_3 diterima, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa growth memiliki pengaruh terhadap Nilai perusahaan. Dari hasil statistik menunjukkan bahwa variabel Pertumbuhan Penjualan (Growth) mempunyai pengaruh dengan arah positif terhadap Nilai perusahaan yang berarti bahwa semakin besar pertumbuhan penjualan maka Nilai perusahaan yang dimiliki semakin tinggi. Pertumbuhan penjualan yang konsisten merupakan sinyal positif bagi investor mengenai kinerja puncak perusahaan. Menurut Teori Sinyal, manajemen memiliki informasi internal yang lebih lengkap dibandingkan investor (asimetri informasi). Ketika perusahaan melaporkan pertumbuhan penjualan yang konsisten, hal ini diinterpretasikan oleh pasar sebagai sinyal bahwa produk perusahaan memiliki daya saing yang kuat dan manajemen mampu mengeksekusi strategi pemasaran dan operasional dengan efektif. Investor dan pihak lainnya lebih berfokus kepada peningkatan kinerja antar periode dibandingkan besar kecilnya rasio keuangan yang dimiliki perusahaan. Peningkatan penjualan yang stabil mempermudah perusahaan mengambil utang, menanggung beban tetap, dan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian sejalan dengan Penelitian Ain et al (2025), Bitasari et al (2024)

Ukuran Perusahaan tidak memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan (NilaiPerush) - ProfitModUk

Variabel ProfitModUk menunjukkan nilai signifikansi dengan 0,511 dimana nilai itu lebih besar dari 0.05, oleh karena itu H_4 ditolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Ukuran Perusahaan tidak memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan. Hal ini berarti besar kecilnya total aset perusahaan tidak memperkuat atau memperlemah dampak laba (profitabilitas) terhadap persepsi investor mengenai nilai perusahaan. Investor sering kali melihat bagaimana perusahaan menggunakan keuntungannya atau peningkatan kinerja antar periode daripada sekadar melihat besaran asetnya atau besaran rasio keuangan periode tersebut. Besar kecilnya rasio atau aset dianggap tidak menjamin efisiensi dan keuntungan sehingga tidak memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Sinyal – sinyal seperti peningkatan penjualan antar periode lebih mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan Nilai suatu perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Fuadah et al (2026), Valensiska & Nugroho (2022). Hasil penelitian tidak sejalan dengan Alhayra et al (2024), Panjaitan & Supriati (2023).

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan adalah Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) sedangkan variabel lainnya seperti Profitabilitas dan Leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Ukuran

perusahaan sebagai variabel moderasi tidak mampu memperkuat maupun memperlemah hubungan pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Besar kecilnya rasio atau aset dianggap tidak menjamin efisiensi dan keuntungan sehingga tidak memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Sinyal – sinyal seperti peningkatan penjualan antar periode lebih mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan Nilai suatu perusahaan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel non keuangan seperti komite audit atau komisaris independen untuk melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

REFERENSI

- Ain, S. Q., Mudjiyanti, R., Pratama, B. C., & Inayati, N. I. (2025). Pengaruh ukuran perusahaan dan sales growth terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh profitabilitas. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(3), 1368–1380.
- Alhayra, A. R., Tangngisulu, J., & Fajriah, Y. (2024). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 2669–2680. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4336>
- Bitasari, I., Puspita, E., & Astuti, P. (2024). Pengaruh ROA, DER, CR, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 191–204.
- Christiana, V. E., Josephine, K., Febe, M., & Pangestu, J. C. (2025). Pengaruh implementasi green accounting, good corporate governance, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 4(3), 80–88.
- Felicia, Z., & Pangestu, J. C. (2025). The effect of profitability, tax planning, independent commissioners, and firm size on firm value: Evidence from the Indonesian financial sector. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(3), 11726–11741.
- Fuadah, U. R., Santoso, S. B., Fakhruddin, I., & Pandansari, T. (2026). Pengaruh leverage, profitabilitas, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi (Studi pada perusahaan yang terdaftar di IDX-MES BUMN 17 periode 2021–2024). *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(6), 3128–3141.
- Kammagi, N., & Veny, V. (2023). Pengaruh struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 41–55.
- Pangestu, J. C., & Margaretha, P. (2024). Analisa faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan barang sektor konsumen non-primer IDX-IC periode 2019–2021. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 8(1), 533–540.
- Pangestu, J. C., & Octavia, P. (2025). Financial distress determinants in IDX manufacturing firms (2021–2023): The moderating role of firm size. *Jurnal Bina Akuntansi*, 12(2), 167–174.
- Panjaitan, I. V., & Supriati, D. (2023). The effect of profitability and leverage on firm value with firm size as a moderating variable. *Research of Finance and Banking*. <https://sanscientific.com/journal/index.php/rfb/article/download/34/136>
- Rusli, Y. M., Nainggolan, P., & Pangestu, J. C. (2020). The effect of independent board of commissioners, institutional ownership, and audit committee on firm value. *Journal of Business & Applied Management*, 13(1), 49–66.
- Sari, M. M. K., & Pangestu, J. C. (2025). The effect of tax planning, deferred tax expense, deferred tax assets, dividend policy, and debt policy on profit management in infrastructure, transportation, and logistics sector companies listed on the IDX (2019–2023). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(2), 6665–6683.
- Valensiska, & Nugroho, V. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi*, 26(11), 415–434. <https://doi.org/10.24912/je.v26i11.785>
- Yopeace, Y., Pratiwi, D., & Ramli, Y. (2024). Pengaruh profitabilitas, mekanisme good corporate governance, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2022. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 12(1), 61–81.