

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA , KERANGKA PEMIKIRAN , DAN HIPOTESA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Sales Growth*

2.1.1.1 Definisi *Sales Growth*

Sales Growth dapat didefinisikan sebagai peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun yang terjadi pada suatu perusahaan. Ketika perusahaan menghadapi tahap pertumbuhan penjualan yang meningkat maka keadaan ini cenderung dapat mendorong perusahaan agar meningkatkan asset perusahaan (Putri, 2016). Fahmi (2018;137) mengemukakan *Sales Growth* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di industri dan ekonomi.

Kasmir (2016;107) menyatakan bahwa *Sales Growth* adalah menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan, sedangkan menurut Maulida (2019) *Sales Growth* adalah tingkat stabilitas jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan untuk setiap periode tahun buku. Pertumbuhan penjualan yaitu peningkatan dari segi jumlah, produktivitas perusahaan untuk menjual produknya dari tahun sebelumnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui peningkatan penjualan perusahaan setiap periode dari tahun sebelumnya. Hal ini penting karena tinggi tingkat *Sales Growth* menunjukkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan penjualan dan keuntungan.

2.1.1.2 Tujuan *Sales Growth*

Dalam situasi persaingan ekonomi yang ketat, setiap perusahaan harus meningkatkan kreativitas dalam meningkatkan kualitas produk untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan mereka. Menurut Dharmmesta (2014) menyatakan bahwa tujuan penjualan dalam perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan tertentu, memperoleh laba, dan menunjang pertumbuhan serta perkembangan perusahaan.

Menurut Wijaya (2019) mengungkapkan bahwa tujuan *Sales Growth* adalah sebagai indikator yang dapat menentukan suatu perusahaan dalam penggunaan strategi bisnisnya, selaras dengan Setiawan (2023) mengungkapkan bahwa tujuan dari *Sales Growth* adalah untuk memberikan wawasan atas kinerja bisnis untuk menentukan pertumbuhan perusahaan di masa depan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan *Sales Growth* adalah untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dari tahun ke tahun secara keseluruhan demi memaksimalkan laba yang akan didapat oleh perusahaan.

2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi *Sales Growth*

Menurut Wijaya (2023), mengungkapkan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Sales Growth*, diantaranya sebagai berikut :

- Ukuran Perusahaan
Besarnya kecilnya perusahaan menentukan tingkat penjualan, meskipun jika diantara perusahaan besar dan kecil memiliki presentase pertumbuhan yang sama tetapi pendapatan atas penjualan tersebut berbeda.

- Target Penjualan

Setiap perusahaan memiliki target penjualan yang berbeda-beda. Terdapat perusahaan yang memiliki target penjualan harus selalu naik ataupun tetap stabil dalam periode waktu tertentu. Hal ini juga sesuai dengan kebutuhan setiap perusahaan.

- Kompetitor

Kompetitor memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pertumbuhan penjualan suatu perusahaan. Jika bisnis belum memiliki kompetitor kemungkinan mendapatkan persentase *Sales Growth* yang tinggi akan lebih besar. Sama halnya dengan bisnis yang memiliki kompetitor, tetapi kompetitor tersebut masih memiliki performa yang kurang baik. Namun, jika kompetitor memiliki performa yang bagus dapat menjadi penurunan penjualan bisnis. Sehingga, perusahaan harus memperhatikan kompetitor dengan melakukan analisis agar tetap bisa bertahan dalam persaingan.

2.1.1.4 Indikator *Sales Growth*

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengukur *Sales Growth* menurut Kashmir (2016 ; 107) adalah sebagai berikut :

$$Sales\ Growth = \frac{Net\ Sales\ t - Net\ Sales\ t^{-1}}{net\ Sales\ t^{-1}}$$

Keterangan :

Net Sales : Penjualan Bersih

t : Tahun

Menurut Hornedan Wachowicz (2017:21) sebagai berikut:

$$Pertumbuhan\ Penjualan = \frac{Total\ Penjualan - Total\ Penjualan\ t^{-1}}{Total\ Penjualan\ t^{-1}}$$

Keterangan :

t : Tahun

2.1.2 *Return On Equity*

2.1.2.1 Definisi *Return On Equity*

Return On Equity adalah rasio keuangan yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Investor yang akan membeli saham akan tertarik dengan ukuran profitabilitas ini, atau bagian dari total profitabilitas yang bisa dialokasikan ke pemegang saham (Hanafi dan Halim, 2017 ; 177).

Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas investasi berdasarkan nilai buku para pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Rasio yang paling penting adalah pengembalian atas ekuitas (*Return On Equity*), yang merupakan laba bersih bagi pemegang saham di bagi dengan total ekuitas pemegang saham (Brigham & Houston, 2019).

Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya (Kasmir, 2015;104).

Kesimpulan dari *Return On Equity* adalah rasio keuangan yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. ROE juga merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen). Semakin tinggi ROE, semakin baik posisi pemilik perusahaan dan semakin tinggi pula harga saham di pasar modal. ROE juga digunakan untuk membandingkan kinerja perusahaan dengan perusahaan lain di industri yang sama. ROE dihitung dengan membagi laba bersih dengan ekuitas rata-rata selama dua periode tertentu dan dinyatakan dalam satuan persentase (%).

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat *Return On Equity*

Kasmir (2015;197) menyatakan bahwa tujuan penggunaan rasio *Return On Equity* bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan, yaitu:

1. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
2. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik pinjaman maupun modal sendiri.
3. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri maupun pinjaman.

Menurut Nursari (2020) tujuan dari *Return On Equity* menunjukkan proposi atas penggunaan hutang untuk membiayai investasinya, dan memberi informasi kepada investor mengenai keseimbangan antara risiko dan tingkat pengembalian investasinya.

Menurut Ridwan (2017;242) mengungkapkan bahwa manfaat *Return On Equity* yaitu melalui pengurangan pajak yang diperoleh dari pemerintah yang mengizinkan bahwa bunga atas pinjaman dapat dikurangi dalam menghitung pendapatan kena pajak.

Menurut Dermawan (2018, hal 179) manfaat mendasar dari *Return On Equity* (ROE) adalah :

- 1) Semua aktiva berwujud dimiliki oleh perusahaan.
- 2) Pasar modal sempurna (tidak ada pajak, tidak ada biaya transaksi dan tidak ada biaya kebangkrutan).
- 3) Perusahaan hanya dapat menerbitkan dua macam sekuritas yakni ekuitas yang bebas risiko dan hutang bebas (tanpa) risiko.
- 4) Individu atau perusahaan dapat meminjam atau meminjamkan uang dengan tingkat suku bunga bebas risiko.
- 5) Para investor mempunyai ekspektasi yang sama (homogen) terhadap keuntungan perusahaan dimasa mendatang.

2.1.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi *Return On Equity*

Menurut Hani (2015:120) faktor yang mempengaruhi *Return On Equity* adalah :

- Volume penjualan.
- Struktur modal.
- Struktur utang.

Menurut Dermawan (2018) untuk menentukan *Return On Equity* (ROE) yang optimal, para manajer keuangan perlu mempertimbangkan beberapa faktor penting sebagai berikut:

- Tingkat penjualan
- Struktur aktiva
- Tingkat pangsa pasar penjualan
- Kemampuan menghasilkan laba
- Variabilitas laba dan perlindungan pajak
- Skala perusahaan
- Kondisi intern perusahaan dan ekonomi makro

2.1.2.4 Indikator *Return On Equity*

Menurut Kasmir (2015; 204) rumus untuk mencari *Return On Equity* dapat digunakan sebagai berikut :

$$Return\ On\ Equity = \frac{Earning\ After\ Interest\ and\ Tax}{Equitas}$$

Keterangan :

1. *Earning After Interest and Tax* : Jumlah total laba bersih yang diperoleh dalam jangka waktu tertentu setelah dikurangi oleh pajak penghasilan.
2. *Equity* : Selisih antara total aset dan total kewajiban perusahaan.

Menurut Maulida (2023) rumus dalam mencari *Return On Equity* adalah :

$$\text{Return On Equity} = \text{Pendapatan Bersih} : \text{Modal}$$

Keterangan :

1. Pendapatan Bersih : Pendapatan yang tersisa setelah di kurangi semua pengeluaran dari total pendapatan perusahaan atau individu.
2. Modal : Kekayaan perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi selanjutnya

2.1.3 Debt To Equity Ratio

2.1.3.1 Definisi Debt To Equity Ratio

Debt To Equity Ratio (DER) adalah mengukur persentase liabilitas pada struktur modal perusahaan. Rasio ini penting untuk mengukur risiko bisnis perusahaan yang semakin meningkat dengan penambahan jumlah liabilitas (Sukamulja, 2017;50).

Debt Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Semakin tinggi angka *debt equity ratio*, diasumsikan perusahaan memiliki risiko yang semakin tinggi terhadap likuiditas perusahaannya, begitu juga sebaliknya (Kasmir, 2018; 157).

Debt To Equity Ratio masuk di dalam rasio *Leverage* atau solvabilitas, rasio solvabilitas adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jika perusahaan tersebut dilikuidasi. Menurut Hantono (2018;12) *Debt To Equity Ratio* adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana modal sendiri menjamin seluruh utang. Menurut Hery (2016:78), *Debt To Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total ekuitas. Semakin tinggi *Debt To Equity Ratio* maka berarti semakin kecil jumlah modal pemilik yang dapat dijadikan sebagai jaminan utang.

Dapat disimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio* adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menilai suatu laporan keuangan yang ada di perusahaan untuk mengetahui seberapa besar modal yang berasal dari utang dan dalam mengelola aset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba. Tinggi rendahnya rasio ini sering kali merefleksikan kemampuan dan efektivitas penggunaan aset. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik pula efektivitas dari penggunaan aset.

2.1.3.2 Tujuan *Debt To Equity Ratio*

Menurut Kasmir (2015;153) terdapat beberapa tujuan perusahaan menggunakan salah satu dari rasio solvabilitas yaitu *Debt To Equity Ratio*:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aset khususnya aset tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aset.
6. Untuk menilai dan mengetahui atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.

Menurut Siringoringo (2020) menyatakan bahwa tujuan dari *debt to equity ratio* :

1. Untuk membantu mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan dengan melihat besar utang dengan perbandingan ekuitas.
2. Untuk mengidentifikasi risiko keuangan di masa depan.
3. Untuk menentukan kelayakan investasi .

2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi *Debt To Equity Ratio*

Menurut Gill and Chatton (2016:44) faktor-faktor yang mempengaruhi

Debt To Equity Ratio (DER) sebagai berikut:

- Kenaikan atau penurunan hutang
- Kenaikan atau penurunan modal sendiri
- Hutang atau modal sendiri tetap
- Hutang meningkat lebih tinggi dibandingkan modal sendiri, atau sebaliknya.

2.1.3.4 Indikator *Debt To Equity Ratio*

Menurut Kasmir (2014;158), rumus untuk mencari *Debt To Equity Ratio* (DER) ini sebagai berikut:

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Ekuitas}}$$

Keterangan :

1. Total Utang : Total kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi.
2. Ekuitas : Selisih antara total aset dan total kewajiban perusahaan.

Rumus untuk menghitung *Debt To Equity Ratio* menurut Sukmawati Sukamulja (2017:50):

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total liabilities}}{\text{Total Equity}}$$

Keterangan :

1. Total Liabilities : Kewajiban yang harus dibayar perusahaan secara tunai dalam jangka waktu tertentu.

2. Total Equity : Jumlah uang yang akan dikembalikan kepada pemegang saham suatu perusahaan, jika seluruh aset perusahaan dicairkan dan seluruh hutang terbayar.

2.1.4 Firm Value

2.1.4.1 Definisi Firm Value

Firm Value atau Nilai Perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Hery, 2017;5).

Silvia Indrarini (2019;2) mengungkapkan bahwa, *firm value* adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham, sedangkan menurut Ubaidillah (2020) Nilai Perusahaan didefinisikan nilai yang dapat mengukur tingkat kualitas dari sebuah nilai yang menjelaskan berapa besarnya tingkat kepentingan sebuah perusahaan dimata para investor.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kemampuan dimana perusahaan dapat menggambarkan harga pasar dan nilai yang dapat mengukur tingkat kualitas perusahaan dimata para investor.

2.1.4.2 Tujuan Firm Value

Peningkatan nilai perusahaan akan meningkatkan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Hal ini karena nilai perusahaan mencerminkan kinerja dan potensi keuntungan perusahaan di masa depan, sehingga investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut.

Dalam hal ini, semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi pula harga saham di pasar modal, dan semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham.

Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolok ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan.

Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi di perusahaan (Silvia Indrarini, 2019;3).

Menurut Lia (2014) mengungkapkan bahwa tujuan nilai perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan mensejahterakan para pemegang saham, meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan dengan cara mencapai keuntungan yang maksimal atau laba yang sebesar-besarnya dan yang terpenting tujuan perusahaan itu adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga pasarnya.

1.1.4.3 Indikator *Firm Value*

Silvia Indrarini (2019;15-16) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. *Price To Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Arif Sugiono (2016;71) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (overvalued), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (undervalued). Menurut Buddy Setianto (2016) PBV yang rendah mengindikasikan

adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan.

- Rumus *Price To Book Value*

$$Price\ To\ Book\ Value = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

- Rumus *Book Value Per Share* / Nilai Buku Saham

$$Book\ Value\ Per\ Share = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Keterangan

- Harga Saham : Harga yang ditetapkan kepada suatu perusahaan bagi pihak lain yang ingin memiliki hak kepemilikan saham.
- *Book Value Per Share* : Nilai aset bersih perusahaan yang dibagi dengan jumlah saham yang beredar.
- Total Modal : Jumlah keseluruhan modal yang dimiliki oleh perusahaan, yang terdiri dari modal sendiri dan modal pinjaman.
- Jumlah Saham Beredar : Jumlah total saham perusahaan yang telah diterbitkan dan dimiliki oleh pihak lain, baik individu, institusi, maupun lembaga pemerintahan.

2. *Tobin's Q*

Tobin's q merupakan rasio dari nilai pasar aset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang (enterprise value) terhadap replacement cost dari aset perusahaan. Apabila perusahaan memiliki nilai lebih besar dari nilai dasar sebelumnya, maka akan memiliki biaya untuk meningkatkan kembali, dan laba kemungkinan akan didapatkan.

Berdasarkan pemikiran Tobin, bahwa insentif untuk membuat modal investasi baru adalah tinggi ketika surat berharga (saham) memberikan keuntungan di masa depan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya (Fiakas, 2005).

Rumus Tobin's Q

$$q = \frac{(MVS+MVD)}{RVA}$$

Keterangan

- *MVS = Market value of all outstanding stock* / Nilai total pasar dari seluruh saham perusahaan yang beredar di pasar saham.
- *MVD = Market value of all debt* / Nilai total pasar dari seluruh hutang yang beredar di pasar saham.
- *RVA = Replacement value of all production capacity* / Nilai pasar yang dimiliki oleh Perusahaan untuk mengganti semua aset produksi yang ada saat ini.

3. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2017;110). Kegunaan *Price Earning Ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price Earning Ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*.

Rumus *Price Earning Ratio*

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Price Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Keterangan :

- *Price Per Share* : Jumlah yang harus dibayarkan oleh investor untuk membeli satu lembar saham perusahaan.

- *Earning Per Share* : Laba bersih perusahaan dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Dalam penelitian ini *Firm Value* akan diukur dengan *Price Earning Ratio*, karena sektor real estate ini cenderung bersifat siklikal (dipengaruhi oleh perekonomian) sehingga *Price Earning Ratio* ini dapat memberikan gambaran harga saham yang potensial untuk kondisi saat ini bukan hanya gambaran untuk masa mendatang.

2.1.5 Studi Empiris

Berikut adalah rekapitulasi penelitian empiris terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis sebagai pendukung pelaksanaan penelitian ini.

1. Agustina Khoeriyah (2020) “Pengaruh *Size, Leverage, Sales Growth* dan *IOS* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan)” menyimpulkan bahwa *Sales Growth* secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Claudia Meygriza Dolontelie dan Anneke Wangkar (2019) ”Pengaruh *Sales Growth* dan *Firm Size* terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia” menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif dan memiliki hubungan yang searah terhadap nilai perusahaan.
3. Yuniarti et al (2024) ”Pengaruh *Sales Growth, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor *Consumer Non – Cyclical*” menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Muhamad Azhar Afiary, Nor Norisanti, Resa Nurmala (2024) ” Pengaruh Profitabilitas, *Sales Growth, Ukuran Perusahaan*, terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI “ menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Nita Putri Herdiani, Tenny Badina, dan Rita Rosita (2021) “Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, Kebijakan Deviden, Ukuran Perusahaan, *Good Corporate Governance*, dan *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia “ menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh dan signifikan nilai perusahaan.
6. Muhammad Faishal Kahfi, Dudi Pramoto, dan Wiwin Aminah (2018) “Pengaruh *Current Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Total Assets Turnover*, *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2011 – 2016)” menyimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan *Return On Equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
7. Amanda Puspita Dewi, dan Ferikawita M Sembiring(2022) “Pengaruh *Current Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan Pada BUMN di Indonesia” menyimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio* tidak berpengaruh dan *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
8. Putri Utami (2019) “Pengaruh *Current Ratio*, *Return On Asset*, *Total Asset Turnover*, dan *Debt To Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2017” menyimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
9. Evan Gorase, dan Jamaludin Iskak (2023) “Pengaruh *Current Ratio*, *Debt To Equity Ratio*, *Return on Assets* dan *Firm Size* terhadap *Firm Value*” menyimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

10. Imelda R Purba dan A Mahendra (2022) “ Pengaruh *Working Capital Turnover (WCT)*, *Current Ratio*, *Debt To Equity Ratio* , dan *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti Dan Real Estate yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2022” menyimpulkan bahwa secara parsial, *Debt To Equity Ratio* berpengaruh nyata terhadap nilai perusahaan.
11. Esli Silalahi et al (2022) “ Pengaruh Struktur Modal, *Return On Equity*, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI” menyimpulkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan.
12. Mirza Laili Inoditia S (2019) “ Pengaruh *Current Ratio*, Total Asset Turnover, *Debt To Equity Ratio*, dan Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate” menyimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
13. Suci Atiningsih dan Asri Nur Wahyuni (2020) ” Pengaruh *Firm Size*, *Sales Growth*, Struktur Aset, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai variabel intervening pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 2017” menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.
14. Mardi, dan Fenty Fauziah (2022) “ Pengaruh *Return On Equity* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI” menyimpulkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
15. Maurien dan I Cenik Ardana (2019) “ Pengaruh Profitabilitas, *Firm Size*, Likuiditas, dan *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Go Public* yang terdaftar di BEI” menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
16. Bayu Wulandari, Albert, Feren H, dan Sovi (2021) ” Pengaruh DER, ROE, SG, NPM, CR, DPR terhadap Nilai Perusahaan Sektor

Industri yang terdaftar di BEI” menyimpulkan bahwa *debt to equity ratio*, *Return On Equity*, dan *Sales Growth* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

17. Kalsum Yahya dan Muhammad Nur Fietroh (2021) “Pengaruh *Return on assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Net profit margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan (Studi kasus pada Bank BUMN Periode 2015-2019)” menyimpulkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
18. Alfiana Dwi O dan Dewi Urip Wahyuni (2020) “Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan” menyimpulkan bahwa *Return On Equity* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
19. Eka Rahim (2020) “Pengaruh Keputusan Investasi, *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2017” menyimpulkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
20. Indah Fitriyani (2019) “Pengaruh *Return On Equity* (ROE), *Return On Assets* (ROA), *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan yang Tergabung di JII dan terdaftar di BEI periode 2014-2018)” menyimpulkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan rencana penelitian penulis sajikan dalam tabel 2.1 sebagai berikut.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Rencana
Penelitian Penulis

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
1	Agustina Khoeriyah (2020) "Pengaruh <i>Size</i> , <i>Leverage</i> , <i>Sales Growth</i> dan <i>IOS</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan) "	Variabel X: - <i>Sales Growth</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>Leverage</i> - <i>Size</i> - <i>IOS</i> -Objek Penelitian	<i>Sales Growth</i> secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Profita : Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan, 13(1), 58-72. (2020) ISSN : 2622-1950
2	Claudia Meygriza Dolontelie dan Anneke Wangkar (2019) "Pengaruh <i>Sales Growth</i> dan <i>Firm Size</i> terhadap <i>Firm Value</i> pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia"	Variabel X: - <i>Sales Growth</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>Firm Size</i> -Objek Penelitian	<i>Sales Growth</i> berpengaruh positif dan memiliki hubungan yang searah terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal EMBA Vol. 7 No.3 Juli 2019, Hal. 3039 – 3048, ISSN 2303-1174
3	Yuniarti et al (2024) "Pengaruh <i>Sales Growth</i> , Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor <i>Consumer Non – Cyclical</i> "	Variabel X: - <i>Sales Growth</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>Return On Assets</i> - Kebijakan Dividen	<i>Sales Growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan..	SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah Vol.3, No.2 February 2024 E-ISSN 2963-1130
4	Muhamad Azhar Afiary, Nor Norisanti, Resa Nurmala (2024) " Pengaruh Profitabilitas, <i>Sales Growth</i> , Ukuran Perusahaan, terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi yang terdaftar di BEI "	Variabel X: - <i>Sales Growth</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - Ukuran Perusahaan - <i>Return On Investment</i>	<i>Sales Growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Management Studies and Entrepreneur ship Journal Vol 5(2) 2024 E-ISSN 4235-4246
5	Nita Putri Herdiani, Tenny Badina, dan Rita Rosita (2021) " Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , Kebijakan Deviden, Ukuran Perusahaan, <i>Good Corporate Governance</i> , dan <i>Sales Growth</i> terhadap Nilai Perusahaan pada	Variabel X: - <i>Sales Growth</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: -Likuiditas - <i>Leverage</i> -Good Corporate Governance -Kebijakan Dividen -Ukuran Perusahaan	<i>Sales Growth</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Akuntansi dan Manajemen Vol. 16, No. 2, 2021, Hal. 87-106 e-ISSN 2657-1080

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia “		-Objek Penelitian		
6	Muhammad Faishal Kahfi, Dudi Pramoto, dan Wiwin Aminah (2018) “Pengaruh <i>Current Ratio</i> , <i>Debt To Equity Ratio</i> , <i>Total Assets Turnover</i> , <i>Return On Equity</i> terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food and Beverage yang terdaftar di BEI”	Variabel X: - <i>Debt To Equity Ratio</i> - <i>Return On Equity</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>Current Ratio</i> - <i>Total Assets Turnover</i> -Objek Penelitian	<i>Debt To Equity Ratio</i> berpengaruh positif terhadap Perusahaan, sedangkan <i>Return On Equity</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	e- <i>Proceeding of Management</i> : Vol. .5, No.1 Maret 2018 Page 57 ISSN : 2355-9357
7	Amanda Puspita Dewi, dan Ferikawita M Sembiring “Pengaruh <i>Current Ratio</i> , <i>Debt To Equity Ratio</i> , <i>Return On Equity</i> terhadap Nilai Perusahaan Pada BUMN di Indonesia”	Variabel X: - <i>Debt To Equity Ratio</i> - <i>Return On Equity</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>Current Ratio</i>	<i>Debt To Equity Ratio</i> tidak berpengaruh dan <i>Return On Equity</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi ISSN (Online): 2580-7668 ISSN (Print): 2085-5230 Vol. 14, No. 1 (Mei 2022), Hal. 42 – 58
8	Putri Utami (2019) “Pengaruh <i>Current Ratio</i> , <i>Return On Asset</i> , <i>Total Asset Turnover</i> , dan <i>Debt To Equity Ratio</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI periode 2015 – 2017”	Variabel X: - <i>Debt To Equity Ratio</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>ROA</i> - <i>TOA</i> -Objek Penelitian	<i>Debt To Equity Ratio</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Akuntansi dan Keuangan FEB Universitas Budi Luhur Vol. . 8 No. 1 April 2019 ISSN: 2252 7141
9	Evan Gorase, dan Jamaludin Iskak (2023) “Pengaruh <i>Current Ratio</i> , <i>Debt To Equity Ratio</i> , <i>Return on Assets</i> dan <i>Firm Size</i> terhadap <i>Firm Value</i> ”	Variabel X: - <i>Debt To Equity Ratio</i> Variabel Y - <i>Firm Value</i>	Variabel X : - <i>Current Ratio</i> - <i>Return On Asset</i> - <i>Firm Sizw</i>	<i>Debt To Equity Ratio</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Multiparadigma Akuntansi, Volume V No. 3/2023 Edisi Juli

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
					Hal: 1510-1519
10	Imelda R Purba dan A Mahendra (2022) “Pengaruh <i>Working Capital Turnover (WCT)</i> , <i>Current Ratio</i> , <i>Debt To Equity Ratio</i> , dan <i>Return On Asset</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti Dan Real Estate yang terdaftar di BEI periode 2017 – 2022”	Variabel X: - <i>Debt To Equity Ratio</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i> -Objek Penelitian	Variabel X: - <i>Working Capital Turnover</i> - <i>Current Ratio</i> -ROA	<i>Debt To Equity Ratio</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.	JRAK – Vol. . 8 No. 1, Maret 2022 ISSN : 2443-1079 e-ISSN : 2715-8136
11	Esli Silalahi et al (2022) “Pengaruh Struktur Modal, <i>Return On Equity</i> , dan <i>Firm Size</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI”	Variabel X: - <i>Return On Equity</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - Struktur Modal - <i>Firm Sizw</i>	<i>Return On Equity</i> tidak berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.	JRAK – Vol. . 8 No. 2, Maret 2022 ISSN : 2443-1079 e-ISSN : 2715-8136
12	Mirza Laili Inoditia S (2019) “Pengaruh <i>Current Ratio</i> , Total Asset Turnover, <i>Debt To Equity Ratio</i> , dan Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate”	Variabel X: - <i>Debt To Equity Ratio</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i> -Objek Penelitian	Variabel X: - <i>Current Ratio</i> - Total Asset Turnover - ROA	<i>Debt To Equity Ratio</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Vol. 8, Nomor 10, Oktober 2019 e-ISSN: 2461-0593
13	Suci Atiningsih dan Asri Nur Wahyuni (2020) “Pengaruh <i>Firm Size</i> , <i>Sales Growth</i> , Struktur Aset, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai variabel intervening pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 2017”	Variabel X: - <i>Sales Growth</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>Firm Size</i> -Struktur Aset -Profitabilitas -Studi Kasus	<i>Sales Growth</i> berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal STIE Semarang, Vol. 12 No 1 Edisi Februari 2020, eISSN : 2252-7826
14	Mardi, dan Fenty Fauziah (2022) “Pengaruh <i>Return On Equity</i> dan <i>Firm Size</i> terhadap Nilai	Variabel X: - <i>Return On Equity</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>Firm Size</i> --Objek penelitian	<i>Return On Equity</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	<i>Borneo Student Research</i> Vol 4, No 1 2022

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
	Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI				E-ISSN 2721-5725
15	Maurien dan I Cenic Ardana (2019) “Pengaruh Profitabilitas, <i>Firm Size</i> , Likuiditas, dan <i>Sales Growth</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan <i>Go Public</i> yang terdaftar di BEI”	Variabel X: - <i>Sales Growth</i> Variabel Y: - <i>Firm Size</i>	Variabel X: - <i>Firm Size</i> -Likuiditas -Objek penelitian	<i>Sales Growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	E- Journal Untar https://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/5678
16	Bayu Wulandari , Albert , Feren H, dan Sovi (2021) ”Pengaruh DER, ROE, SG, NPM, CR, DPR terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri yang terdaftar di BEI”	Variabel X: - <i>Return On Equity</i> - <i>Sales Growth</i> - <i>Debt To Equity Ratio</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>NPM</i> - <i>CR</i> - <i>DPR</i> -Objek penelitian	<i>Debt To Equity Ratio</i> , <i>Return On Equity</i> , dan <i>Sales Growth</i> secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	Owner: Riset & Jurnal Akuntansi e –ISSN : 2548-9224 p-ISSN : 2548-7507 Vol. 5 Nomor 1, Februari 2021
17	Kalsum Yahya dan Muhammad Nur Fietroh (2021) “Pengaruh <i>Return on assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), dan <i>Net profit margin</i> (NPM) terhadap Nilai Perusahaan (Studi kasus pada Bank BUMN Periode 2015-2019”	Variabel X: - <i>Return On Equity</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>ROA</i> - <i>NPM</i> -Objek penelitian	<i>Return On Equity</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 4, Nomor 2, [Oktober] ISSN : 2686-248
18	Alfiana Dwi O dan Dewi Urip Wahyuni (2020) “Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan”	Variabel X: -Profitabilitas dengan <i>Return On Equity</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: -Kebijakan dividen -Struktur Modal - Pertumbuhan Perusahaan -Objek penelitian	<i>Return On Equity</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Vol. 7, Nomor 4, April 2018 e-ISSN : 2461-0593
19	Eka Rahim (2020) “Pengaruh Keputusan Investasi, <i>Return On Asset</i> (ROA) dan <i>Return On Equity</i> (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Perbankan Yang	Variabel X: - <i>Return On Equity</i> Variabel Y: - <i>Firm Value</i>	Variabel X: - <i>ROA</i> -Keputusan Investasi -Objek penelitian	<i>Return On Equity</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi) Vol. .3, No.2,

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
	Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2017”				Januari 2020 Halaman : 197 – 207 ISSN (online) : 2581-2777
20	Indah Fitriyani (2019) “Pengaruh <i>Return On Equity (ROE)</i> , <i>Return On Assets (ROA)</i> , <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaanyang Tergabung di JII dan terdaftar di BEI periode 2014-2018)”	Variabel X: - <i>Return On Equity</i> Variabel Y: - <i>Firm value</i>	Variabel x : - ROA -Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i> Variabel Moderasi : -CSR -Objek Penelitian	<i>Return On Equity</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Fitriyani, Indah. 2019. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Strata Satu Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga

Sintya Elena Brinita, 203403030. “Pengaruh *Sales Growth*, *Return On Equity*, *Debt To Equity* Terhadap *Firm Value* (Survei Pada Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2022”.

2.2 Kerangka Berfikir

Bisnis property dan *real estate* adalah suatu kegiatan usaha atau bisnis yang dilakukan oleh perorangan ataupun perusahaan yang bergerak di bidang kepemilikan *property* yang dapat dijadikan sebuah aset, baik berupa tanah, bangunan serta segala sarana dan prasarana yang terdapat di dalamnya sebagai satu kesatuan (R Aridiawan, 2022). Beberapa yang saat ini populer di Indonesia tentu saja adalah jenis *property* untuk tempat tinggal atau residensial, seperti rumah atau perumahan, rumah susun atau apartemen, bangunan atau gedung hingga villa. Selain produk properti untuk tempat tinggal atau hunian diatas, juga terdapat beberapa produk *property* yang lain. Produk *property* tersebut dapat dilihat dari tujuannya. Diantaranya, properti untuk komersial, properti untuk industri, dan properti untuk tujuan khusus (www.aesia.kemenkeu.go.id).

Perusahaan *property* adalah suatu perusahaan ataupun perorangan yang mengembangkan dan membangun suatu lahan atau tanah menjadi suatu produk

properti beserta segala sarana dan prasarana yang lengkap didalamnya menjadi satu kesatuan, sehingga produk peroperti tersebut memiliki *value* (R Aridiawan, 2022).

Tingkat persaingan perusahaan *property* sangat tinggi sehingga harus memiliki daya saing yang kuat agar dapat bertahan dalam dunia perekonomian. Dan untuk dapat bersaing, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja dan kemampuan perusahaan, mempertahankan dan memiliki efektivitas serta efisiensi dalam setiap aktivitasnya. Karena persaingan yang terus meningkat ini, perusahaan harus bertindak dengan cermat dalam usahanya untuk menentukan strategi usahanya agar tercapai visi, misi dan tujuan perusahaan (Padang, 2022)

Perusahaan-perusahaan pun mau tidak mau harus mengikuti kemajuan teknologi dan mulai memadukan bisnis dan juga teknologi. Perusahaan-perusahaan berlomba-lomba untuk mengikuti perkembangan jaman dan meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut.

Dalam perkembangan perusahaan dapat dilihat indikator lain yang memperlakukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebagai indikator pemenuhan kewajiban perusahaan terhadap pengguna dana, sekaligus sebagai unsur penciptaan nilai bagi perusahaan (S. F. Wahyuni, 2018).

Dengan banyaknya emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) membuat para investor sangat selektif dalam memilih perusahaan yang akan ia danai (beri modal), dengan banyaknya emiten yang ada, para investor mempertimbangkan beberapa hal untuk perusahaan yang mereka pilih, biasanya perusahaan yang dipilih adalah perusahaan yang memiliki laba yang stabil setiap tahunnya, serta memiliki eksistensi yang baik (www.idx.co.id).

Firm value atau nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, yang sering dihubungkan dengan harga saham (Hery, 2017), sedangkan menurut Indrarini (2019:2) nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Dalam pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan rasio *Price Earning Ratio* (PER).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pertumbuhan penjualan, profitabilitas, *Leverage*, pertumbuhan aset, dan ukuran perusahaan (Wilfridus dan Susanto, 2021). Nilai perusahaan menjadi tolak ukur bagi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya dan tercermin pada harga saham perusahaan tersebut. Perusahaan dituntut harus menggunakan seluruh kemampuannya untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu dengan meningkatkan nilai perusahaan (Qomariah 2015).

Dewi dan Sujana, (2019) mengungkapkan bahwa *Sales Growth* adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode, sedangkan menurut Fahmi (2018:137) menyatakan bahwa *Sales Growth* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di industri dan ekonomi. Pengukuran *Sales Growth* dengan membandingkan penjualan saat ini dengan penjualan tahun sebelumnya.

Berdasarkan penelitian Dolontelie dan Wangkar (2019) menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif dan memiliki hubungan yang searah terhadap nilai perusahaan. Gunawan et al., (2023) menyimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Fajriah et al., (2022), menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Return On Equity menjadi salah satu pengaruh nilai perusahaan, menurut Kasmir (2018;197 - 198) mengungkapkan bahwa, *Return On Equity* merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Menaikan laba dan meningkatkan nilai perusahaan adalah hal yang berkesinambungan dalam meningkatkan kesejahteraan para investor. Sehingga ini menjadi tujuan perusahaan agar dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimilikinya, dan meningkatkan *value* perusahaan (Ahmad, 2021). Pengukuran *Return On Equity* ini menggunakan

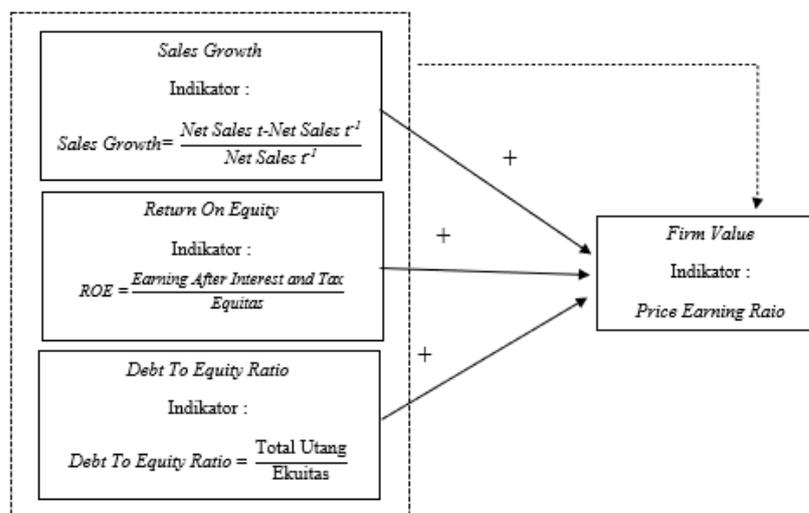
tingkat pengembalian laba bersih perusahaan terhadap ekuitas pemegang saham dengan menunjukkan seberapa efisiennya perusahaan dalam memanfaatkan modal.

Fitriyani (2019) menyimpulkan bahwa *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Kalsum dan Fitroh (2021) menyimpulkan *Return On Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kusumaningrum (2016) menyimpulkan bahwa *return of equity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2018; 158) *Debt To Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Dalam arti luas dikatakan bahwa ratio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dilikuidasi (Ass, 2020). Pengukuran *Debt To Equity Ratio* dengan membagikan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan.

Penelitian Purba dan Mahendra (2022) menyimpulkan bahwa secara parsial *Debt To Equity Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Mandasari (2016) menyimpulkan *Debt To Equity Ratio* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Imanah (2020) menyimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dan menganalisis penelitian – penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai berikut:



Keterangan :

- = Secara Parsial
- = Secara Simultan
- + = Berpengaruh Positif

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016:64) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang masih perlu dibuktikan karena jawaban baru didasarkan pada teori dan bukan pada fakta empiris melalui pengumpulan data. Beberapa hipotesis yang penulis perkirakan dalam penelitian sebagai berikut:

1. H1 : *Sales Growth* , *Return On Equity* , dan *Debt To Equity Ratio* secara bersama – sama berpengaruh terhadap *Firm Value*
2. H2 : *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*
3. H3 : *Return On Equity* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*
4. H4 : *Debt To Equity Ratio* berpengaruh positif terhadap *Firm Value*