Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (2) 2025, Page: 29270-29277

Dampak Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan di Indonesia

Rujito[1], Giawan Nur Fitria[2]

[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia
Corresponding Author: Rujito, e-mail: rujito@mercubuana.ac.id

Published: Juny, 2025

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of sales growth, profitability, and leverage on firm value in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2020–2024 period. This study is a quantitative research using an associative approach. The data utilized are secondary data obtained from the companies' annual financial statements. Sample selection was carried out using the purposive sampling method based on the criteria of mining companies that are consistently listed on the IDX and have complete financial statements throughout the observation period. Data analysis was performed using multiple linear regression with the aid of a statistical program. The results indicate that sales growth and profitability (ROA) have a positive influence on firm value, while leverage has a negative influence on firm value. Simultaneously, these three variables significantly influence firm value with a coefficient of determination of 35.4%. This suggests that an increase in sales growth and profitability can enhance firm value, while excessive use of debt may decrease it. These findings underscore the importance of balanced financial strategies in improving the performance and value of companies within the mining sector.

Keywords: *Sales Growth, Profitability, Leverage, Corporate Value, Mining Industry.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria perusahaan pertambangan yang secara konsisten terdaftar di BEI dan memiliki laporan keuangan lengkap selama periode pengamatan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien determinasi sebesar 35,4%. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas dapat meningkatkan nilai perusahaan, sementara penggunaan utang yang berlebihan dapat menurunkannya. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi keuangan yang seimbang dalam meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan sektor pertambangan.

Kata Kunci: Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Leverage, Nilai Perusahaan, Pertambangan.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Saham Bayan Resources (BYAN) merupakan perusahaan pertambangan yang mengalami volatilitas tajam pada April 2025. Dalam satu hari, harganya anjlok hampir 15% hingga mencapai batas auto reject bawah (ARB) di level Rp17.025 per saham akibat aksi jual besar-besaran, terutama dari investor asing yang menyumbang sekitar 66% volume penjualan. Namun, keesokan harinya saham BYAN melonjak kembali sekitar 14–17%, meski belum sepenuhnya menutup kerugian sebelumnya

(www.bloombergtechnoz.com). Pergerakan ekstrem ini mencerminkan ketidakstabilan kepercayaan pasar terhadap BYAN. Menurut Safitri et al., (2022) nilai perusahaan menjadi salah satu ukuran utama yang menunjukkan kesejahteraan pemegang saham serta efektivitas manajemen dalam mengelola bisnis. Peningkatan nilai perusahaan mencerminkan tingginya kepercayaan investor terhadap prospek dan keberlanjutan perusahaan di masa mendatang (Rinahaq & Widyawati, 2020). Dengan demikian, berbagai faktor baik dari dalam maupun luar perusahaan yang berpengaruh terhadap nilai tersebut menjadi perhatian penting dalam analisis keuangan dan pengambilan keputusan manajerial.

Salah satu faktor yang sering dikaji adalah pertumbuhan penjualan (Anggraini & Agustiningsih, 2022). Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan adanya peningkatan permintaan pasar dan efisiensi strategi pemasaran, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Maryadi & Djohar, 2022). Perkembangan penelitian terkait pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan telah diteliti. Menurut Cahyani & Rahayu (2021) menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan yang semakin bagus dapat miningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Arum et al., (2024) berpendapat bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh postif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Bitasari et al., (2024). Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan Handayani & Handayani (2024) yang menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah profitabilitas**,** yang dalam penelitian ini diukur menggunakan Return on Assets (ROA)**.** ROA menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki (Jonathan & Purwaningsih, 2023). Semakin tinggi ROA, semakin efisien penggunaan aset dalam menghasilkan laba, yang umumnya akan meningkatkan daya tarik investasi dan nilai perusahaan di mata investor (Oktaria & Arifa, 2022). Beberapa penelitian terdahulu juga sudah meneliti pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahan. Menurut Sofiani & Siregar (2022) menjelaskan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Kenaikan profitabilitas membuat berita baik bagi para investor yang menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Aditya Lutfi & Panuntun (2024). Namun Hasil penelitian Prasetyo & Hermawan (2023) dan Marbun & Malau, (2021)menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, leverage juga menjadi variabel penting yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Leverage menunjukkan seberapa besar perusahaan menggunakan dana pinjaman dalam struktur modalnya (Nadhilah et al., 2022). Penggunaan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui efek pengungkit (financial leverage) jika dikelola dengan baik. Namun, leverage yang terlalu tinggi juga berpotensi meningkatkan risiko keuangan, yang justru dapat menurunkan nilai perusahaan. Septyaningrum (2020) menjelaskan bahwa leverage dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena pengelolaan leverage yang baik merupakan salah satu upaya untuk mempertahankan operasionalisasi perusahaan. Demikian dengan Nadhilah et al., (2022) menjelaskan semakin tinggi leverage semakin baik nilai perusahaan karena bahwa perusahaan mendapatkan ketpercayaan yang baik dari pihak pemberi dana. Namun, hasil penelitian Bagaskara et al., (2021) dan Marbun & Malau (2021)menjelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan ketiga faktor tersebut, menarik untuk dikaji bagaimana pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan leverage memengaruhi nilai perusahaan, baik secara simultan maupun parsial. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antarvariabel ini dapat memberikan landasan bagi manajemen dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat serta menjadi sumber informasi penting bagi investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Sektor pertambangan merupakan industri strategis yang memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penyumbang devisa negara dan penyedia bahan baku bagi industri hilir. Kontribusi

signifikan sektor ini terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penerimaan negara, baik melalui pajak maupun royalty menjadikannya menarik untuk diteliti dari perspektif kinerja dan nilai perusahaan.

Kinerja keuangan perusahaan pertambangan sangat dipengaruhi oleh dinamika harga komoditas global seperti batubara, nikel, dan emas. Fluktuasi harga tersebut menimbulkan variabilitas tinggi pada tingkat pertumbuhan penjualan (sales growth), profitabilitas (ROA), dan struktur modal (leverage). Kondisi ini menjadikan sektor pertambangan relevan untuk dianalisis dalam konteks pengaruh faktor-faktor keuangan terhadap nilai perusahaan di tengah ketidakpastian pasar. Dengan karakteristik yang khas, mulai dari tingginya risiko pasar, intensitas modal yang besar, hingga kebutuhan transparansi perusahaan pertambangan menjadi konteks yang ideal untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan literatur keuangan korporasi serta memberikan implikasi praktis bagi manajemen dan investor di sektor pertambangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan tercermin melalui harga sahamnya, di mana harga pasar yang terbentuk saat terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli mencerminkan nilai pasar perusahaan (Bagaskara et al., 2021). Kenaikan harga saham menunjukkan peningkatan nilai perusahaan, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan investor terhadap kinerja serta prospek perusahaan di masa depan. Tingginya nilai perusahaan merupakan hal yang diharapkan oleh para investor, karena mencerminkan meningkatnya kesejahteraan pemegang saham. nilai perusahaan yang diukur menggunakan price book value.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menggambarkan peningkatan penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya (Handayani & Handayani, 2024). Indikator ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas daya saingnya di pasar. Menurut Fitria & Bintara (2022)*sales growth* didefinisikan sebagai persentase kenaikan total penjualan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dengan demikian, tingkat pertumbuhan penjualan dapat dijadikan salah satu ukuran penting untuk menilai keberhasilan kinerja perusahaan dalam mencapai target usahanya.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan, aset, maupun modal yang dimilikinya. Salah satu indikator utama dalam rasio ini adalah *Return on Assets* (ROA). ROA mencerminkan tingkat efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh asetnya untuk memperoleh keuntungan. Semakin tinggi nilai ROA yang dicapai, semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan, karena menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola aset secara efisien untuk menghasilkan laba (Ghaly & Nazar, 2021).

Leverage

Leverage menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri. Leverage dalam penelitian ini diwakili oleh rasio utang terhadap ekuitas (DER). Menurut Setyabudi (2021), DER adalah rasio yang membandingkan total utang dengan total ekuitas.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan peningkatan pendapatan perusahaan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan yang positif menandakan efektivitas manajemen dalam mengelola penjualan dan efisiensi operasional, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Cahyani & Rahayu (2021) berpendapat bahwa semakin baik pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan menujukkan perkembangan yang lebih baik. Hasil penelitian Arum et al., (2024) dan Bitasari et al., (2024) menujukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan:

H1 = Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas diukur menggunakan Return on Assets (ROA) yang mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimiliki(Muhammad, 2022). ROA yang tinggi menandakan efisiensi penggunaan aset dan kinerja keuangan yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Hasil penelitian Sofiani & Siregar, (2022) menunjukkan bahwa semakin meningkat ROA sebuah perusahaan maka dapat berdampak terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Lutfi & Panuntun (2024) bahwa ROA berpengaru positif terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis yang diajukan:

H2 = ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya melalui penggunaan utang (Marbun & Malau, 2021). Tingkat leverage yang tinggi menunjukkan ketergantungan besar terhadap pendanaan eksternal, yang dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan laba. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan minat investor karena tingginya risiko investasi, sehingga berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Sari & Priyadi (2016) dan Rahmi, et.al, (2024) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

H3 = Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan (annual report) dan laporan keuangan auditan yang dipublikasikan melalui situs resmi BEI. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 19 perusahan dengan periode pengamatan sebanyak 5 tahun sehingga data yang dianalisis sebanyak 95 data laporan keuangan.

Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear berganda menggunakan bantuan SPSS 25, melalui tahapan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (t), simultan (F), dan koefisien determinasi (R^2). Model penelitian ini dirumuskan dengan persamaan:

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$, di mana Y adalah nilai perusahaan, X_1 adalah pertumbuhan penjualan, X_2 adalah profitabilitas (ROA), dan X_3 adalah leverage.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian ini sudah dilakukan uji asumsi klasik dan telah bebas dari masalah uji asumsi klasik. Kemudian, untuk menjawab hipotesis yang diajukan, maka hasil uji hipotesis akan disajikan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Nilai	Koefisien	Std. Error	t-Stat.	Signifikansi
Konstanta		0.324	0.183	1.175	
GROWTH		8.563	0.009	0.567	0.038***
ROA		1.041	0.000	3.029	0.000***
DER		-0.941	-0.013	5.246	0.020***
F-Test	0.000				
Adj. R-Square	0.354				

Keterangan: GROWTH = Pertumbuhan penjualan, ROA = Return on Asset, DER= Leverage. *** = significant level at 5%

Sumber: Hasil olah data SPSS. (2025)

Berdasarkan tabel 1 di atas menjelaskan bahwa Pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,038. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi tersebut di dibawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (H1 diterima). Return on asset memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (H2 diterima). Demikian dengan variabel leverage yang miliki nilai signifikansi di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,020 sehingga disimpulkan leverage berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan (H3 diterima).

Selain mengenai hasil uji hipotesis, Tabel 1 juga menyajikan informasi terkait hasi uji kesesuaian model. Hasil uji kesesuaian model ini dilihat dari nilai F-Test, yaitu sebesar 0,000. Nilai uji F-Test sebesar 0.000 menunjukkan bahwa memiliki nilai yang sangat jauh dibawah dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa model penelitian ini sesuai atau *fit*. Pada Tabel 1 juga memberikan informasi terkait nilai uji koefisien determinasi atau nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,354 yang memiliki makna bahwa sebesar 35,4% variabel pada penelitian ini seperti pertumbuhan penjualan, ROA dan Leverage berpengaruh terhadap variabel dependen (nilai perusahaan), sedangkan nilai sisanya sebanyak 64,6% mempengaruhi nilai perusahaan diluar dari model penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima, yaitu terdapat pengaruh positif antara pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Menurut Fajriah et al., (2022) Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari waktu ke waktu, yang menjadi indikator penting bagi keberlanjutan dan perkembangan usaha. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, semakin besar pula potensi perusahaan untuk memperoleh laba dan memperluas pangsa pasar. Bagi investor, peningkatan penjualan sering kali dianggap sebagai sinyal positif bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang konsisten menunjukkan bahwa manajemen mampu mengelola strategi pemasaran dan operasional secara efektif, memperkuat kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan yang positif diharapkan

dapat meningkatkan nilai perusahaan karena mencerminkan peningkatan produktivitas, efisiensi, dan potensi keuntungan yang lebih besar di masa mendatang. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa peneliti sebelumnya dengan hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Arum et al., 2024; Bitasari et al., 2024; Cahyani & Rahayu, 2021). Namun, Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan Handayani & Handayani (2024) yang menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis kedua pada penelitian ini juga menunjukkan hasil signifikan, dimana profitabilitas yang diukur dengan ROA juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Return on Assets (ROA) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan total aset yang dimiliki. Menurut Lestari et al., (2023) Nilai ROA yang tinggi menandakan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan asetnya secara efisien untuk menciptakan keuntungan. Hal ini menunjukkan kinerja keuangan yang baik serta efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya. Bagi investor, tingginya ROA menjadi sinyal positif mengenai stabilitas dan profitabilitas perusahaan, yang dapat meningkatkan kepercayaan pasar dan mendorong kenaikan harga saham. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat ROA, semakin besar pula nilai perusahaan karena perusahaan dianggap mampu menghasilkan laba secara optimal dari aset yang dimilikinya. Hasil penelitian ini didukung oleh Sofiani & Siregar (2022) dan (Lutfi & Panuntun, 2024) yang berpendapat bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Disisi lain, Hasil penelitian Sulistyowati et al., (2021) berpendapat bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage menggambarkan sejauh mana perusahaan menggunakan sumber pendanaan yang berasal dari utang untuk membiayai aktivitas operasional maupun investasinya. Pada perusahaan pertambangan, tingkat leverage yang tinggi dapat menimbulkan risiko keuangan yang besar karena industri ini bersifat padat modal dan sangat bergantung pada fluktuasi harga komoditas (Rinahaq & Widyawati, 2020). Ketika harga komoditas menurun, beban bunga dan kewajiban pembayaran utang tetap harus dipenuhi, yang dapat menekan laba perusahaan. Kondisi tersebut dapat menurunkan kepercayaan investor karena menunjukkan tingginya risiko gagal bayar dan ketidakstabilan keuangan. Akibatnya, nilai perusahaan berpotensi menurun seiring meningkatnya leverage. Dengan demikian, leverage yang tinggi cenderung berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pertambangan, karena mencerminkan risiko keuangan yang besar dan berpotensi menurunkan tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor. Hasil penelitian ini didukung oleh Nadhilah et al., (2022) yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahan. Sementara itu, hasil penelitian Bagaskara et al., (2021) menjelaskan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan, profitabilitas (ROA), dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Secara parsial, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti semakin tinggi pertumbuhan penjualan dan efisiensi penggunaan aset untuk menghasilkan laba, semakin meningkat pula nilai perusahaan di mata investor. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dan profitabilitas menjadi sinyal positif bagi pasar terhadap prospek kinerja keuangan di masa depan. Sebaliknya, leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa tingginya penggunaan utang dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan kepercayaan investor, terutama pada sektor pertambangan yang memiliki volatilitas tinggi akibat fluktuasi harga komoditas. Nilai koefisien determinasi sebesar 35,4% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan struktur pendanaan yang seimbang untuk menjaga serta meningkatkan nilai perusahaan di sektor pertambangan.

REFERENSI

Adelia, Rahmi; Suryani, Yani; Habibie, A. (2024). Pengaruh Likuiditas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equity*, *20*(1), 35–50. https://doi.org/10.34209/equ.v20i1.486

Aditya Lutfi, A., & Panuntun, B. (2024). Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas ROA, ROE, dan NPM terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat dalam IDX-MES BUMN. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, *03*(01), 81–91.

Anggraini, C., & Agustiningsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *6*(1), 494–512.

Arum, W., Hidayat, W. W., & Supardi, S. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES) 147 |*, *2*(2), 147–161.

Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan The effect of profitability , leverage , firm size and managerial ownership on firm value. *Forum Ekonomi*, *23*(1), 29–38.

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. *Jrak*, *10*(2), 191–204.

Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *2*(1), 1–18.

Fajriah Alifatul Laili, Idris Ahmad, & Nadhiroh Umi. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan,Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *7*(1), 1.

Ghaly, I. D., & Nazar, M. R. N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020). *E-Proceeding of Management*, *8*(5), 5409–5416.

Handayani, I., & Handayani, W. S. (2024). Pengaruh Sales Growth, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Properties & Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023). *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, *2*(5), 310–327.

Heru Harmadi Sudibyo. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, *2*(1), 78–85. https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.211

Jonathan, K. L., & Purwaningsih, S. (2023). The Effect of Return on Assets, Debt to Equity Ratio and Current Ratio on Firm Value. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, *2*(3), 266–287. https://doi.org/10.54408/jabter.v2i3.168

Lestari, I. D., Anggraeni, Y. P., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh Return on Assets, Return on Equity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Solusi*, *21*(2), 153–165. https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6355

Marbun, D. W., & Malau, H. (2021). The Effect of Profitability and Leverage on Firm Value (Basic industry and chemical sub-sector cement listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2019). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *5*(2), 558. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.411

Maryadi, M., & Djohar, C. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Manajemen Laba, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, *3*(2), 442–453. https://doi.org/10.46306/rev.v3i2.162

Muhammad, M. (2022). The Effect of ROA, DPR, EPS, and TATO on the Firm Value on Banking Companies Listed on BEI 2018-2020 Period. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *6*(1), 33–41. https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1731

Nadhilah, F., Widjaja, H. S., & Kaban, R. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, *5*(2), 174. https://doi.org/10.32662/gaj.v5i2.2165

Oktaria, E. T., & Arifa, S. N. (2022). the Effect of Return on Assets (Roa), Return on Equity (Roe) and Earnings Per Share (Eps) on Stock Prices in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2020. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, *10*(2), 171–182. https://doi.org/10.33884/jimupb.v10i2.5567

Prasetyo, D. W., & Hermawan, A. (2023). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya*, *6*(1), 743–751. https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1003

Rinahaq, & Widyawati, D. (2020). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *9*(5), 1–19.

Safitri, R., Lidyah, R., & Rachmania, R. (2022). Profitability, Good Corporate Governance, Dividend Policy, and Firm Value at ISSI. *Etikonomi*, *21*(1), 139–152. https://doi.org/10.15408/etk.v21i1.16524

Sari, R. A. I., & Priyadi, M. P. (2016). PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS, SIZE, DAN GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Maswar Patuh Priyadi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(10), 1–17.

Septyaningrum, M. (2020). Pengaruh Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Pakar Ke 3*, 1–6.

Setyabudi, T. (2021). The Effect of Institutional Ownership, Leverage, and Profitability on Firm Value with Dividend Policy as an Intervening Variable. *Journal of Business and Management Review*, *2*(7), 457–469. https://doi.org/10.47153/jbmr27.1632021

Sofiani, L., & Siregar, E. M. (2022). Analisis Pengaruh ROA, CR dan DAR Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, *10*(1), 9–16. https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1183

Sulistyowati, E., Wisudawati, T., & Adhi Saputro, W. (2021). PENGARUH RETURN ON ASSET (ROA) DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET (IOS) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Manufaktur Jenis Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, *1*(1), 41–48. https://doi.org/10.47701/bismak.v1i1.1186