ABSTRAK

Ade Fakhriah Darmawan: "Menganalisis *Company Value* Melalui *Profitability* dan *Sales Growth* pada Perusahaan Sektor Telekomunikasi yang Tercatat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2014-2023"

Perkembangan industri telekomunikasi di era digital mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan *company value* guna menarik minat investor dan mempertahankan keberlanjutan bisnis. *Company value* menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai kinerja perusahaan, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti *profitability* dan *sales growth*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *profitability* dan *sales growth* terhadap *company value* (PBV) baik secara parsial maupun simultan pada perusahaan sektor telekomunikasi. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan serta menjadi pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Kerangka pemikiran penelitian ini menyatakan bahwa *profitability* dan *sales growth* sama-sama memengaruhi *company value*. *profitability* yang tinggi menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset, sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Namun, jika *sales growth* tidak sejalan atau tidak konsisten, maka sinyal pertumbuhan yang diterima investor menjadi lemah. Oleh karena itu, investor cenderung menilai nilai perusahaan lebih tinggi ketika profitabilitas kuat, meskipun pertumbuhan penjualan tidak signifikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode regresi data panel. Sampel yang digunakan sebanyak tiga perusahaan telekomunikasi, yaitu PT Telkom Indonesia Tbk, PT XL Axiata Tbk, dan PT Indosat Ooredoo Hutchison Tbk, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif yang diperoleh dari sumber sekunder berupa data time series untuk periode 2014–2023.

Temuan pengujian menunjukkan bahwa variabel *profitability* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *company value* secara parsial, dengan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, variabel *sales growth* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *company value*, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa *profitability* dan *sales growth* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *company value*, dengan F_{hitung} sebesar $15.71630 > F_{tabel}$ 3.35 dan nilai probabilitas $0.000030 < 0.05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: *Profitability*, *Sales Growth*, dan *Company Value*, Telekomunikasi, dan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)