



Pengaruh Inovasi Produk, Efisiensi Biaya dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Listy Adelia¹

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, listyadel@gmail.com

Corresponding Author: listyadel@gmail.com¹

Abstract: *Product Innovation, Cost Efficiency, and Financial Performance's Impact on Company Value* is a collection of financial literature. This article's goal is to develop theories about the relationship between variables that will serve as the foundation for additional investigation. A variety of online literature resources, including Google Scholar, Mendeley, and other pertinent academic platforms, provided the research objects. The research methodology is a library research approach that draws on open access electronic journals and e-books. The analysis is descriptive and qualitative. The results of this article show that: 1) Product Innovation affects Company Value, 2) Cost Efficiency affects Company Value, and 3) Financial Performance affects Company Value.

Keyword: *Corporate Value, Product Innovation, Cost Efficiency and Financial Performance*

Abstrak: Pengaruh Inovasi Produk, Efisiensi Biaya, dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan disusun sebagai studi pustaka dalam bidang keuangan. **Tujuan** dari penulisan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis terkait dengan hubungan antarvariabel yang akan dijadikan dasar bagi penelitian berikutnya. **Objek penelitian** diperoleh dari berbagai literatur daring seperti Google Scholar, Mendeley, serta platform akademik relevan lainnya. **Metode penelitian** yang digunakan berupa pendekatan *library research* yang bersumber dari *e-book* dan jurnal elektronik akses terbuka. **Analisis** secara deskriptif kualitatif. **Hasil** artikel ini, ditemukan bahwa: 1) Inovasi Produk berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, 2) Efisiensi Biaya berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan 3) Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Inovasi Produk, Efisiensi Biaya dan Kinerja Keuangan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam situasi persaingan bisnis yang semakin ketat, upaya inovasi dan pemeliharaan efisiensi operasional perlu terus dilakukan oleh perusahaan agar keunggulan kompetitif dapat dipertahankan serta kinerja keuangan dapat ditingkatkan.

Inovasi produk menjadi strategi penting dalam menciptakan keunggulan bersaing, baik melalui pengembangan produk baru maupun peningkatan kualitas produk yang sudah ada. Keberhasilan inovasi dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar sekaligus menumbuhkan kepercayaan investor terhadap prospek jangka panjang. Menurut (Fitriana & Ali, 2024), inovasi produk tidak hanya berarti membuat produk baru, tetapi juga melakukan penyempurnaan atau modifikasi pada produk yang sudah ada agar lebih bernilai dan menarik di mata konsumen.

Selain inovasi, efisiensi biaya menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Efisiensi biaya mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengoptimalkan sumber daya dan menekan pengeluaran yang tidak produktif, sehingga berdampak positif pada profitabilitas. Menurut (Sahlan & Abdi, 2022), Efisiensi biaya mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengatur pengeluaran serta memaksimalkan penggunaan sumber daya tanpa mengurangi mutu hasil kerja. Dengan demikian, efisiensi biaya menjadi aspek utama yang berperan dalam mendorong peningkatan kinerja keuangan serta memperkuat nilai perusahaan.

Namun kenyataannya, adanya peningkatan inovasi dan efisiensi biaya tidak selalu berbanding lurus dengan naiknya nilai perusahaan. Beberapa perusahaan bahkan mengalami fluktuasi atau penurunan nilai meskipun telah menerapkan strategi inovasi dan efisiensi secara konsisten. Hal ini menandakan adanya ketidaksesuaian antara strategi internal perusahaan dan persepsi pasar yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja keuangan. Karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memahami secara lebih mendalam pengaruh inovasi produk, efisiensi biaya, dan kinerja keuangan terhadap nilai Perusahaan.

Merujuk pada latar belakang yang telah dipaparkan, **tujuan dari penulisan** artikel ini adalah untuk Menyusun hipotesis yang akan menjadi dasar bagi penelitian lanjutan, khususnya dalam merumuskan:

1. Pengaruh inovasi produk terhadap nilai perusahaan
2. Pengaruh efisiensi biaya terhadap nilai perusahaan dan
3. Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

METODE

Penulisan artikel ini menggunakan metode Literature Review melalui pendekatan **Studi Pustaka (library research)** dan **Systematic Literature Review (SLR)**, yang dianalisis secara kualitatif. Data dikumpulkan dari berbagai sumber akademik daring seperti *Google Scholar*, *Mendeley*, serta platform ilmiah digital lainnya.

SLR merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menelusuri, mengevaluasi, serta memahami seluruh temuan penelitian yang relevan secara menyeluruh, guna memberikan penjelasan yang komprehensif pada pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan (Kitchenham et al., 2009).

Dalam pendekatan analisis kualitatif, penggunaan studi pustaka perlu dilakukan secara konsisten dengan landasan metodologis yang digunakan. Salah satu alasan utama penerapan analisis kualitatif Adalah karena sifat eksploratif dari penelitian yang bertujuan untuk menggali dan memahami fenomena secara mendalam (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dengan mengacu pada latar belakang, tujuan, serta metode penelitian yang digunakan, maka temuan dari artikel ini yakni seperti berikut:

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan berperan sebagai indikator utama yang merepresentasikan seberapa jauh perusahaan berhasil menciptakan kesejahteraan bagi para pemegang sahamnya. Nilai tersebut tercermin dari kinerja perusahaan yang terlihat melalui harga saham yang terbentuk

akibat mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal, serta mencerminkan pandangan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang. Tingginya nilai perusahaan menandakan bahwa manajemen mampu melakukan pengelolaan sumber daya sengan cara efektif dan efisien, sehingga menumbuhkan kepercayaan yang lebih besar dari para investor (Abdillah & Ali, 2024).

Nilai perusahaan mencerminkan sejauh mana kesejahteraan pemegang saham meningkat, yang terlihat dari kenaikan harga saham di pasar. Perusahaan dengan nilai tinggi umumnya dipandang memiliki potensi pertumbuhan yang menjanjikan, pengelolaan keuangan yang efektif, serta kemampuan mempertahankan profit secara berkelanjutan. Selain itu, nilai perusahaan juga menjadi indikator keberhasilan strategi bisnis dalam memperkuat kinerja jangka panjang dan membangun keunggulan bersaing (Hidayat & Hapzi, 2024).

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui beberapa dimensi utama, yaitu Kinerja Pasar, yang mencerminkan pandangan investor terhadap prospek dan stabilitas perusahaan melalui pergerakan harga saham, Kinerja Keuangan, yang diukur berdasarkan tingkat profitabilitas dan efektivitas pemanfaatan modal, serta Struktur Modal dan Pertumbuhan, yang menunjukkan keseimbangan antara penggunaan modal sendiri dan utang serta kemampuan perusahaan dalam memperluas usahanya. Indikator untuk mengukur nilai Perusahaan secara umum, pengukurannya dilakukan dengan rasio *Price to Book Value* (PBV), yakni perbandingan antara harga saham di pasar dengan nilai buku per lembar saham, serta *Tobin's Q*, yang merupakan rasio antara nilai pasar aset pada nilai penggantinya. Semakin tinggi nilai PBV atau *Tobin's Q*, semakin positif pula pandangan pasar terhadap nilai dan prospek perusahaan.

Nilai Perusahaan merupakan variabel yang sudah diteliti oleh para peneliti terdahulu, antara lain (Hapzi & Farhan, 2023), (Supeno et al., 2022), (Erlangga, 2025).

Inovasi Produk

Inovasi produk menjadi strategi penting bagi perusahaan dalam menjaga keunggulan kompetitif dan meningkatkan performa bisnis di tengah dinamika perubahan pasar. Istilah ini mengacu pada proses penciptaan, pengembangan, serta pengembangan kembali produk yang telah tersedia dilakukan agar dapat disesuaikan dengan perubahan kebutuhan serta selera konsumen yang terus mengalami perkembangan. Inovasi tidak hanya berfokus pada peluncuran produk baru, tetapi juga meliputi perbaikan desain, penambahan fitur, serta penerapan teknologi yang mampu menaikkan tingkat nilai jual dan daya tarik produk di mata konsumen. Melalui inovasi produk, perusahaan mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, preferensi konsumen, dan persaingan industri yang semakin ketat (Ali et al., 2024).

Inovasi Produk berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan, karena produk yang inovatif mampu menciptakan persepsi nilai tambah serta pengalaman baru bagi konsumen. Inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan akan meningkatkan reputasi merek dan menjadi sumber keunggulan yang sulit ditiru oleh perusahaan. Dengan demikian, inovasi produk bukan hanya faktor penunjang kelangsungan hidup perusahaan, tetapi juga pendorong utama pertumbuhan penjualan dan profitabilitas jangka Panjang (Hia et al., 2022).

Dimensi atau indikator inovasi produk mencakup beberapa aspek utama, yaitu perubahan desain, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan bentuk, tampilan, dan fungsi produk agar lebih menarik serta bernilai guna; inovasi teknis, yakni penerapan teknologi baru dalam proses produksi guna meningkatkan efisiensi dan mutu hasil; serta pengembangan produk, yaitu upaya menciptakan produk baru atau memperluas variasi produk yang telah ada agar tetap relevan dengan kebutuhan dan tren pasar yang terus berubah. Sementara itu, indikator inovasi produk yang umum digunakan mencakup frekuensi peluncuran produk baru, kemampuan memperbarui fitur produk sesuai tren pasar, tingkat

penerimaan konsumen terhadap produk baru, dan kemampuan perusahaan mempertahankan kualitas serta keunikan produk yang dihasilkan.

Inovasi Produk ini sudah banyak di teliti oleh peneliti terdahulu antara lain yaitu (Hia et al., 2022), (Aryanti & Ali, 2025), (Putri & Ali, 2024).

Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya merupakan kapasitas Perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya secara efektif untuk mencapai hasil yang maksimal dengan pengeluaran seminimal mungkin, tanpa menurunkan mutu produk maupun layanan yang dihasilkan. Efisiensi biaya mencerminkan efektivitas manajemen dalam menekan pengeluaran yang tidak produktif, sehingga meningkatkan profitabilitas dan daya saing perusahaan. Efisiensi biaya dapat dicapai melalui pengendalian biaya operasional, optimalisasi sumber daya manusia, serta penerapan teknologi yang mendukung produktivitas tinggi dengan biaya rendah (Kurniawan et al., 2025).

Dalam perspektif *green accounting*, efisiensi biaya tidak hanya menekankan pada pengurangan pengeluaran ekonomi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan penggunaan sumber daya energi yang ramah lingkungan (Manrejo & Yunita, 2025). Penerapan efisiensi biaya dalam konteks ini melibatkan strategi penghematan energi, pengurangan limbah, serta penerapan praktik produksi hijau yang berkelanjutan.

Dimensi atau indikator Adapun dimensi efisiensi biaya meliputi efisiensi operasional, yaitu kemampuan perusahaan menekan biaya produksi dan distribusi tanpa menurunkan mutu produk, efisiensi tenaga kerja, yakni pengelolaan sumber daya manusia agar produktivitas meningkat dengan biaya upah yang seimbang, efisiensi energi dan sumber daya, yaitu penggunaan teknologi hemat energi seperti penerapan LED dan sistem otomatisasi untuk menekan biaya listrik dan pemeliharaan. Sedangkan indikator efisiensi biaya mencakup rasio biaya operasional terhadap penjualan, rasio efisiensi energi atau penghematan biaya listrik, rasio biaya tenaga kerja terhadap output produksi, serta tingkat pengurangan biaya total dari periode ke periode.

Efisiensi biaya telah menjadi fokus kajian bagi banyak peneliti sebelumnya, antara lain sebagai berikut (Zahran & Ali, 2020), (Marlina et al., 2025), (Andini & Ali, 2025).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan menggambarkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya finansialnya secara efektif untuk mencapai tujuan operasional, meningkatkan keuntungan, serta memberikan nilai tambah bagi para pihak yang memegang saham. Menurut (Numberi, 2022), kinerja keuangan merupakan hasil dari keputusan-keputusan keuangan yang ditunjukkan dalam laporan keuangan perusahaan, yang mencerminkan sejauh mana manajemen mampu menggunakan aset secara efisien untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu, kinerja keuangan juga mencerminkan kemampuan dan kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Kinerja Keuangan dapat dinilai melalui analisis rasio yang menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan, mengelola aset dengan efektif, dan memanfaatkan modal secara efisien. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan pendekatan *Du Pont System*, yang menilai keterkaitan antara profitabilitas, efisiensi operasional, dan perputaran aset dalam menghasilkan laba bersih. Dengan demikian, kinerja keuangan menjadi dasar untuk menilai keberhasilan strategi keuangan dan operasional perusahaan dalam jangka Panjang (Pharasasty et al., 2015).

Dimensi kinerja keuangan dapat dikategorikan ke dalam beberapa aspek utama, yaitu profitabilitas, yang memperhitungkan seberapa jauh Perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya, likuiditas, yang mengindikasikan kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek, solvabilitas, yang menunjukkan kapasitas

perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka Panjang, serta aktivitas, yang menggambarkan tingkat efisiensi penggunaan aset dalam mendukung operasi bisnis. Metode umum untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan mencakup beberapa rasio keuangan seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Total Assets Turnover* (TATO). ROA memperhitungkan seberapa efisien perusahaan menghasilkan laba dari aset, ROE menunjukkan tingkat keuntungan yang diterima pemegang saham, NPM menilai efektivitas laba bersih terhadap penjualan, sedangkan TATO menunjukkan sejauh mana aset dimanfaatkan untuk menghasilkan pendapatan.

Kinerja keuangan ini telah banyak dijadikan objek penelitian oleh riset terdahulu, di antaranya yaitu (Abdillah & Ali, 2024), (Inayah, 2022), (Nurhayati & Ali, 2023).

Review Artikel Relevan

Mereview artikel yang relevan sebagai landasan dalam menentukan hipotesis penelitian, dengan menguraikan hasil penelitian sebelumnya, serta membandingkan persamaan dan perbedaan dengan rencana penelitian ini, dari penelitian sebelumnya yang relevan seperti pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	(Atiningsih & Setiyono, 2023)	Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh efisiensi dan inovasi berbasis lingkungan, karena citra perusahaan diperkuat dan minat investor berhasil ditingkatkan.	Sama-sama mengaitkan inovasi (melalui efisiensi) terhadap peningkatan nilai perusahaan.	Penelitian tersebut berfokus pada <i>eco-innovation</i> , sedangkan penelitian ini menyoroti inovasi produk secara umum.	H1
2	(Ulfia & Effendy, 2025)	Faktor internal seperti inovasi dan tingkat profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan.	Sama-sama mengaitkan faktor internal perusahaan terhadap nilai perusahaan.	Penelitian tersebut tidak secara langsung meneliti inovasi produk, sedangkan penelitian ini menjadikannya variabel utama.	H1
3	(Ayunda & Indarsari, 2025)	Mengindikasikan bahwasanya efisiensi operasional mempunyai pengaruh positif pada nilai perusahaan. Pengelolaan biaya produksi dan pemanfaatan sumber daya yang optimal dapat memperkuat kinerja keuangan serta meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan.	Sama-sama menyoroti bahwa efisiensi biaya atau operasional memiliki hubungan positif pada nilai Perusahaan.	Fokus pada menambahkan variabel inovasi dan keputusan keuangan sebagai faktor pendukung nilai perusahaan, sedangkan penelitian ini menekankan peran efisiensi biaya sebagai variabel utama.	H2
4	(Pradnyani et al., 2025)	Efisiensi biaya lingkungan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena meningkatkan reputasi dan profitabilitas.	Sama-sama menunjukkan efisiensi biaya dapat meningkatkan nilai Perusahaan.	Fokus penelitian tersebut sebelumnya pada aspek lingkungan, sedangkan penelitian ini pada efisiensi biaya produksi dan operasional.	H2

5	(Handayani & Jauhar, 2024)	Profitabilitas (sebagai bagian dari kinerja keuangan) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; besarnya pengaruh sekitar 56 %.	Sama-sama meneliti kinerja keuangan dan nilai Perusahaan.	Penelitian tersebut fokus pada subsector perbankan LQ45, sedangkan penelitian ini mencakup sektor yang lebih luas.	H3
6	(Dianti et al., 2024)	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, meskipun nilai R-square menunjukkan kontribusi yang sangat rendah.	Sama-sama mengaitkan kinerja keuangan dengan nilai Perusahaan.	Efek yang ditemukan sangat kecil; juga mencakup periode dan sampel berbeda (2018-2022, berbagai sektor) dibanding penelitianmu.	H3

Pembahasan

Merujuk pada kajian teoritis, pembahasan dalam artikel *literature review* ini meliputi peninjauan terhadap studi-studi yang relevan, analisis hubungan antar variabel, serta pengembangan kerangka konseptual sebagai dasar bagi penelitian selanjutnya:

Mengacu pada temuan dari penelitian terdahulu, bagian ini menitikberatkan pada telaah literatur yang mendukung, evaluasi keterkaitan antar variabel, dan penyusunan kerangka berpikir untuk perencanaan riset berikutnya:

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan menggambarkan tingkat apresiasi pasar terhadap kinerja serta prospek masa depan perusahaan. Berdasarkan teori sinyal (*Signaling Theory*), inovasi produk berfungsi sebagai indikasi positif bagi investor bahwasanya perusahaan memiliki potensi pertumbuhan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keberhasilan inovasi tidak hanya mendorong peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat pandangan publik terhadap kesuksesan perusahaan.

Hasil penelitian (Atiningsih & Setiyono, 2023), mengungkapkan bahwasanya inovasi memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan karena dapat memperkuat reputasi serta meningkatkan minat investor di pasar. Hasil penelitian (Ulfa & Effendy, 2025), juga mendukung temuan ini, dengan menyatakan bahwa inovasi produk bersama faktor internal perusahaan berkontribusi signifikan dalam meningkatkan persepsi nilai perusahaan di mata para pemegang saham. Kedua penelitian tersebut menegaskan bahwa inovasi merupakan komponen penting dalam membangun dan mempertahankan nilai perusahaan jangka panjang.

Dengan demikian, inovasi produk berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan karena memberikan sinyal kepercayaan bagi pasar. Perusahaan yang konsisten melakukan inovasi umumnya dipersepsi memiliki potensi pertumbuhan yang kuat serta nilai pasar yang lebih tinggi.

Inovasi Produk berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh: (Haryanto & Ali, 2025), (Azhari & Ali, 2024), (Hawari & Ali, 2025).

2. Pengaruh Efisiensi Biaya terhadap Nilai Perusahaan.

Efisiensi biaya berperan penting dalam menciptakan nilai perusahaan melalui peningkatan profitabilitas dan kestabilan keuangan. Berdasarkan *Trade-Off Theory*, efisiensi biaya menunjukkan kemampuan manajemen dalam menyeimbangkan penggunaan sumber daya dan risiko keuangan. Perusahaan yang efisien dalam mengelola biaya akan lebih dipercaya oleh investor karena mampu menjaga kelangsungan operasionalnya.

Penelitian yang dilakukan (Ayunda & Indarsari, 2025), menunjukkan bahwa efisiensi biaya memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan nilai perusahaan, karena membantu

meningkatkan efektivitas dalam penggunaan modal dan pengelolaan sumber daya. Sementara itu, (Pradnyani et al., 2025), menemukan bahwa efisiensi biaya lingkungan menyebabkan pengaruh signifikan pada nilai perusahaan dengan cara meningkatkan reputasi serta tanggung jawab sosial. Kedua penelitian tersebut menegaskan bahwa efisiensi biaya tidak hanya memberikan pengaruh pada kinerja keuangan, hal ini juga berkontribusi dalam membangun citra positif dan memperkuat persepsi nilai perusahaan di pasar.

Dengan demikian, efisiensi biaya memiliki kemampuan memperkuat nilai Perusahaan baik secara langsung mampun tidak langsung melalui faktor lain. Pengelolaan biaya yang efektif dapat memperkuat kepercayaan investor, meningkatkan profitabilitas, serta mempertahankan citra positif perusahaan di hadapan masyarakat.

Efisiensi Biaya menyebabkan pengaruh pada Nilai Perusahaan, hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari: (Ika Yuli Novianty et al., 2022), (Tarigan, 2015), (Roswanti et al., 2023).

3. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan.

Kinerja keuangan adalah bagian dari indikator utama yang merepresentasikan tingkat kemampuan Perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan mengatur penggunaan sumber daya secara efisien. Berdasarkan *Signaling Theory*, kinerja keuangan yang stabil menjadi indikasi positif bagi investor mengenai peluang pertumbuhan dan kestabilan arah pertumbuhan bisnis di waktu mendatang. Tingginya nilai perusahaan umumnya mencerminkan kinerja keuangan yang kuat dan berkelanjutan.

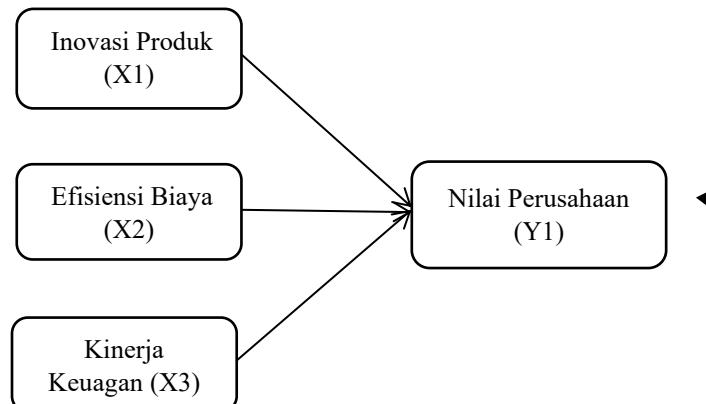
Menurut (Dianti et al., 2024), kinerja keuangan mempunyai dampak positif pada nilai perusahaan, sebab peningkatan profit mampu meningkatkan keyakinan investor terhadap kondisi dan kestabilan keuangan perusahaan. Hasil ini diperkuat oleh (Handayani & Jauhar, 2024), yang menjelaskan bahwa profitabilitas dan rasio keuangan berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan di sektor perdagangan. Kedua penelitian tersebut menegaskan bahwa kinerja keuangan yang baik secara langsung memperkuat nilai pasar dan citra perusahaan.

Oleh karena itu, kinerja keuangan menyebabkan dampak yang berarti terhadap peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas, efisiensi, dan stabilitas keuangan menjadi faktor utama yang mendorong kenaikan nilai saham serta kepercayaan investor.

Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, hal ini linear dengan hasil studi dari: (Naveli et al., 2024), (Ziah et al., 2024), (Yuliyanti et al., 2025).

Rerangka konseptual Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, hasil dan pembahasan serta kajian penelitian yang relevan, maka dirancang rerangka konseptual artikel ini sebagaimana ditampilkan pada gambar 1 berikut.



Gambar 1: Rerangka Konseptual

Merujuk pada gambar rerangka konseptual yang disajikan di atas: Inovasi Produk, Efisiensi Biaya, dan Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Selain dari tiga variabel exogen yang menyebabkan pengaruh pada Nilai Perusahaan, masih banyak variabel lain, antara lain yaitu:

1. Struktur Modal: (Abdillah & Ali, 2024), (Hidayat & Hapzi, 2024), (Erlangga, 2025).
2. Likuiditas: (Nurhayati & Ali, 2023), (Oktaviana et al., 2023), (Anggraini et al., 2024).
3. Profitabilitas: (Anggraini et al., 2024), (Supeno et al., 2022), (Zahrani et al., 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Merujuk pada tujuan penelitian, temuan yang diperoleh, serta hasil pembahasan, makan Kesimpulan dari artikel ini diarahkan pada perumusan hipotesis sebagai dasar untuk penelitian lanjutan, yaitu:

1. Inovasi Produk berpengaruh pada Nilai Perusahaan;
2. Efisiensi Biaya berpengaruh pada Nilai Perusahaan. dan
3. Kinerja Keuangan berpengaruh pada Nilai Perusahaan.

Saran

Selain itu, terdapat faktor lain yang bisa memengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur modal, tingkat likuiditas, dan profitabilitas, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk memahami pengaruhnya secara lebih mendalam.

REFERENSI

- Abdillah, D., & Ali, H. (2024). Pengaruh Likuiditas, Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(4), 787–795.
- Ali, H., Candra Susanto, P., & Saputra, F. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Transportasi Udara: Teknologi Informasi, Infrastruktur dan Kompetensi Sumber Daya Manusia. ... *Siber Transportasi Dan Logistik*, 1(4), 121–134. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Andini, D. A., & Ali, H. (2025). Pengaruh Persaingan, Teknologi dan Perubahan Regulasi terhadap Strategi Keberhasilan Perusahaan. *Greenation Ilmu Teknik*, 2(4), 185–193.
- Anggraini, S., Machdar, N. M., & Husadah, C. (2024). PENGARUH MODAL KERJA DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR. *Riset Ilmiah*, 3(2), 1109–1121.
- Aryanti, S. P., & Ali, H. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran, Inovasi Produk dan Pelatihan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 3(1), 1–10.
- Atiningsih, S., & Setiyono, T. A. (2023). ECO-EFFICIENCY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN DIMEDIASI PROFITABILITAS DAN DIMODERASI FIRM SIZE. *Akutansi Dan Bisnis*, 8(1), 40–48.
- Ayunda, R., & Indarsari, A. (2025). Efisiensi Biaya Operasional Dan Pengelolaan Modal Kerja: Implikasinya Terhadap Pertumbuhan Laba PT X. *Ekonomi, Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(9).
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 72–81.
- Dianti, I., Istiawati, & Marinda. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2018-2022. *Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2), 85–94.

- Erlangga, Y. H. (2025). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan. *Pendidikan Dan Kebudayaan Nusantara*, 3(1), 41–52.
- Fitriana, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Strategi Pemasaran dan Kualitas SDM terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 76–86. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i2.146>
- Handayani, S., & Jauhar, A. (2024). *PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TERINDEX LQ45 PERIODE TAHUN 2016-2021*. 7(2), 1568–1585.
- Hapzi, A., & Farhan, S. (2023). Pengaruh Transparan, Akuntabilitas dan Tanggung Jawab terhadap Good Corporate Governance. *Ilmu Multidisiplin*, 2(2), 130–139.
- Haryanto, F. F., & Ali, H. (2025). Pengaruh Teknologi, Inovasi Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Greenation Ilmu Teknik*, 3(1), 21–29.
- Hawari, Iq., & Ali, H. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, Pemasaran Digital dan Kepuasan Pelanggan terhadap Strategi Bisnis Startup. *Greenation Sosial Dan Politik*, 3(1), 15–23.
- Hia, A. M., Ali, H., & Sumartyo, F. D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review). *Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 368–380.
- Hidayat, Y. N., & Hapzi, A. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(4).
- Ika Yuli Novianty, N., Arieftiara, D., & Jubaedah. (2022). Pengaruh Ukuran Dan Efisiensi Operasional Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi Dengan Pengungkapan Kinerja Keuangan. *Jurnal Sosial Sains*, 2(11), 1211–1221. <https://doi.org/10.36418/jurnalsosains.v2i11.526>
- Inayah, Z. (2022). ANALISIS STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PENELITIAN LITERATURE REVIEW MANAJEMEN KEUANGAN). *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 788–795.
- Kurniawan, D., Lande, A., Sanjaya, H. T., Khoerunisa, L., & Nabila, R. A. (2025). Pengaruh Metode Material Requirement Planning (MRP) dan Economic Order Quantity (EOQ) Terhadap Efisiensi Biaya Bahan Baku. *Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(1).
- Manrejo, S., & Yunita, T. (2025). STRATEGY OF OPERATIONAL COST EFFICIENCY THROUGH THE UTILIZATION OF ENERGY SAVING LAMP IN GREEN ACCOUNTING PERSPECTIVE. *Ilmiah Manajemen Ubhara*, 7(1), 68–77.
- Marlina, Surfitrayati, Amri, S., Syamsuddin, N., Radhiana, & Akbar, R. M. (2025). Inovasi Operasional untuk Efisiensi Biaya dan Peningkatan Profit di Industri Pengolahan Limbah Plastik. *Serambi Engineering*, 10(1), 12562–12570.
- Naveli, N., M, S., & Rossa, E. (2024). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Paerusahaan Transportation & Logistics Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(1), 313–328. <https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i1.1115>
- Numberi, K. N. (2022). ANALISIS RASIO KEUANGAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA SEBELUM DAN SEMASA COVID-19. *Akutansi & Keuangan Daerah*, 17(1), 122–131.
- Nurhayati, U. U., & Ali, H. (2023). Analysis of The Influence of Revenue, Expense, and Liquidity on Financial Performance (Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(6), 1178–1184.

- Oktaviana, S. Y. B., Hapzi, A., & Priyati, R. Y. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen. *Ilmu Multidisiplin*, 2(1), 92–98.
- Pharasasty, E. I., Kertahadi, & Azizah, D. F. (2015). ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN MENGGUNAKAN DU PONT SYSTEM. *Administrasi Bisnis*, 2(1), 1–11.
- Pradnyani, I. G. A. A., Rahayu, N., Anwar, A., Muhtarom, Z. A., Febriyanti, K. A., & Fhiratullah, A. (2025). PENGARUH BIAYA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 521–540.
- Putri, T. N., & Ali, H. (2024). Strategi Inovasi Produk, Aliansi Strategis, dan Diversifikasi Portofolio Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 64–71.
- Roswanti, A., Oktavianna, R., & Rini, R. S. (2023). NILAI PERUSAHAAN YANG DIPENGARUH OLEH EFISIENSI OPERASIONAL, KEPAMILIKAN MANAJERIAL DAN INTELLECTUAL CAPITAL. *Akutansi Berkelanjutan Indonesia*, 6(2), 230–246.
- Sahlan, V., & Abdi, M. (2022). PENGARUH EFISIENSI OPERASIONAL, EFEKTIVITAS PEMASARAN, DAN FINANCIAL LEVERAGE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04(01), 243–251.
- Supeno, A., Ali, H., & Priyati, R. Y. (2022). Effect of Profitability and Liquidity on Capital Structure and Value of Plantation Companies in Indonesia. *Jurnal of Economics, Finance and Accounting*, 2(6), 621–636.
- Tarigan, D. (2015). ANALISIS RASIO EFISIENSI BIAYA OPERASIONAL PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KOSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI). *Akutansi Dan Bisnis*, 1(1).
- Ulfa, M., & Effendy, L. (2025). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN. *Risma*, 5(2), 226–240.
- Yuliyanti, H., Manrejo, S., & Prayogo, B. (2025). PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Emiten Sektor Industri). *Neraca Manajemen Ekonomi*, 15(8).
- Zahran, R., & Ali, H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Informasi : Sumber Daya Manusia, Bisnis, Teknologi dan Metode. *Akutansi Universitas Mercu Buana*.
- Zahrani, P., Hidayat, W. W., & Supardi. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Pharmaceuticals & Healthcare Periode 2019-2022). *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(2), 162–176. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13140721>
- Ziah, S. U., Istianingsih, I., & Mukti, A. H. (2024). Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman (Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Economina*, 3(2), 422–432. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i2.1220>