

SKRIPSI

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS,
PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI
PERIODE 2020-2023**



Oleh:

YESI AFRIYANTI
NPM.20.6120.1089

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHAKAM SAMARINDA
TAHUN 2025**



**UNIVERSITAS
WIDYA GAMA MAHAKAM SAMARINDA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**BERITA ACARA
UJIAN SKRIPSI (KOMPREHENSIF)**

Panitia Ujian Skripsi (Komprehensif) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Program Studi **Manajemen**; telah melaksanakan Ujian Skripsi (Komprehensif) pada hari ini tanggal **14 Agustus 2025** bertempat di **Kampus Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda**.

- Mengingat :
1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.
 2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
 3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi.
 4. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan tentang Status, Peringkat dan Hasil Akreditasi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor : 238/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2023, Terakreditasi Baik Sekali.
 5. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan tentang Status, Peringkat dan Hasil Akreditasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor : 338/DE/A.5/AR.10/IV/2023, Terakreditasi Baik Sekali.
 6. Surat Keputusan Yayasan Pembina Pendidikan Mahakam Samarinda No.22.a/SK/YPPM/VI/2017 tentang Pengesahan Statuta Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
 7. Surat Keputusan Rektor Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor. 424.237/48/UWGM-AK/X/2012 Tentang Pedoman Penunjukkan Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi peserta didik.

- Memperhatikan :
1. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Penunjukkan Dosen Pembimbing Mahasiswa dalam Penelitian dan Penyusunan Skripsi;
 2. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Penunjukkan Tim Penguji Ujian Skripsi (Komprehensif) Mahasiswa;
 3. Hasil Rekapitulasi Nilai Ujian Skripsi (Komprehensif) mahasiswa yang bersangkutan;

No.	Nama Penguji	Tanda Tangan	Keterangan
1.	Dr. M.Astri Yulidar Abbas, SE, MM	1.	Ketua
2.	Novi Yanti, SE., M.Ak	2.	Anggota
3.	Sri Wahyuti, SE, MM	3.	Anggota

MEMUTUSKAN

Nama Mahasiswa : YESI AFRIYANTI
NPM : 20.61201.089
Judul Skripsi : Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Di Bei Periode 2020-2023.

Nilai Angka/Huruf : **76,90/B+**
Catatan :

1. LULUS / ~~TIDAK LULUS~~
2. REVISI / ~~TIDAK REVISI~~

Mengetahui

Pembimbing I

.....
Dr. M.Astri Yulidar Abbas, SE, MM.

Pembimbing II

.....
Novi Yanti, SE., M.Ak

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2020-2023**

Diajukan Oleh : **Yesi Afriyanti**

Nomor Pokok : **2061201089**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

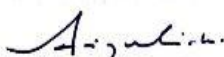
Jurusan/prog : **Manajemen**

Studi Konsentrasi : **Manajemen Keuangan**

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


(Dr. M. Astri Yulidar Abbas, SE., MM)
NIDN. 0004077303


(Novi Yanti, S.E., M.Ak)
NIDN. 1113119202

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis
Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda




Dr. M. Astri Yulidar Abbas, S., E MM
NIP. 19730704 200501 1002

HALAMAN PENGUJI

SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DI NYATAKAN LULUS PADA:

Hari : Kamis

Tanggal : 14 Agustus 2025

Dosen Penguji

1 Dr. M. Astri Yulidar Abbas, SE., MM

1. 

2. Novi Yanti, SE., M. Ak

2. 

3. Sri Wahyuti, SE., MM

3. 

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa :

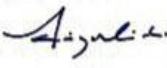
Nama : Yesi Afriyanti

NPM : 2061201089

Telah melakukan revisi skripsi yang berjudul:

Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

Sebagaimana telah di sarankan oleh dosen penguji, sebagai berikut:

NO	Dosen Penguji	Bagian yang di revisi	Tanda tangan
1.	Dr.M. Astri Yulidar Abbas, SE., MM	1. Tambahkan annual report financial perusahaan 2. Cek kembali analisis data	
2	Novi yanti, SE., M.Ak	—	
3.	Sri Wahyuni, SE., MM	1. Hitungan dikoreksi kembali (data yang digunakan) 2. Penulisan di sesuaikan dengan pedoman 3. Saran ditambahkan data tahun 2024 yang relavan 4. Pembahasan dikaitkan dengan teori peneliti terdahulu & hipotesis	

ABSTRAK

Yesi Afriyanti, NPM 2061201089. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman di BEI periode 2020-2023. Dengan dosen pembimbing I Bapak Dr. M Astri Yulidar Abbas, SE., MM dan dosen pembimbing II Ibu Novi Yanti, SE.,M. AK.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2023. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan indikator LN total asset sedangkan variabel independen yang diteliti meliputi Struktur Modal yang diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER), Profitabilitas yang diukur dengan Return on Assets (ROA), Pertumbuhan Penjualan yang diukur dengan sales growt, dan Ukuran Perusahaan yang diukur dengan total aset.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan data panel yang mencakup 12 perusahaan yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel dari perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman. Data yang digunakan bersumber dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan oleh masing-masing perusahaan serta data pasar dari BEI.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel independent Struktur Modal dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini juga menyarankan agar perusahaan lebih fokus pada peningkatan Struktur Modal dan Pertumbuhan Penjualan sebagai strategi utama dalam meningkatkan Nilai Perusahaan.

Kata kunci: struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, nilai perusahaan, manufaktur makanan dan minuman.

RIWAYAT HIDUP



Yesi Afriyanti, lahir 16 April 2003, di Tanjung Selor Kabupaten Bulungan, Kalimantan Utara. Penulis merupakan anak terakhir dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Yahuda dan Ibu Nurhanita. Penulis mulai menempuh pendidikan di Sekolah Dasar tahun 2009 s.d tahun 2014 di SDN Negeri 025 Tanjung Selor, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 006 Tanjung Selor pada tahun 2016 s.d tahun 2018 dan melanjutkan ke SMK Cahaya Mulia Mahakan Ulu pada tahun 2018 s.d tahun 2020. Pada tahun 2020, penulis berhasil terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen dan mengambil konsentrasi manajemen keuangan. Lalu pada tahun 2023 penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sungai Bawang.

Yesi Afriyanti

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas Tuhan Yesus yang Maha Kuasa atas segala anugerah dan pertolongan-Nya yang tak terhingga sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Di BEI Periode 2020-2023”. Penyusun skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

Penulis menyadari bahwa secara tidak langsung penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan doa dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Bapak Prof. Dr.Husaini Usman, M.pd., M.T selaku Rektor Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
2. Bapak Dr. M. Astri Yulidar Abbas, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis sekaligus selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Novi Yanti, SE., M. Ak selaku Dosen Pembimbing 2 yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dan selalu memberi masukan serta semangat untuk penulis.

3. Ibu Sri Wahyuti, SE, MM selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan koreksi dalam penulisan skripsi ini.

Teristimewah penulis sangat berterima kasih kepada orang tua yaitu Bapak Yahuda Ncau dan Ibu Nurhanita Bilung yang selalu memberikan nasehat, motivasi, semangat dan selalu berkorban untuk penulis serta doa yang tiada henti hingga penulis akan segera meraih gelar sarjana menyelesaikan skripsi penelitian ini, terima kasih banyak *I love you so much*. Dan kepada kakak-kakak *tersayang* penulis yaitu (Desem, Melani, Jumaidi) yang selalu memberikan dukungan dan membantu dalam proses perkuliahan ini.

Kepada sahabat penulis (Friska Ipai, Tamara Agustina, Komang Sri Wahyuni) yang telah banyak membantu dan membersamai proses penulis dari awal perkuliahan sampai akhir tugas. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, *support*, saran, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini.

Teman-teman kelas kampus angkatan 2020 untuk semua dukungan, semangat dan kebersamaannya selama perkuliahan. Dan yang terakhir kepada diri penulis sendiri, Yesi Afriyanti. Terima kasih sudah berjalan sejauh ini, pernah benar-benar berhenti bukan karena enggan, hanya lelah yang tak terjelaskan. Jika akhirnya tuntas, bukan karena kuat, tapi karena memilih kembali meskipun perlahan mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi dari hari ke hari.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belum sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan keilmuan penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan

terbuka terhadap kritik dan saran. Akhir kata harapan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Samarinda, 16 April 2024

Yesi Afriyanti

DAFTAR ISI

REVISI SKRIPSI	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGUJI	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN	v
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penelitian.....	12
 BAB II DASAR TEORI.....	 13
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Tinjauan Teori	15
2.2.1 Struktur Modal.....	16
2.2.2 Profitabilitas.....	18

2.2.3 Pertumbuhan Penjualan	22
2.2.4 Ukuran Perusahaan	24
2.2.5 Nilai Perusahaan	25
2.2. Hubungan Antara Variabel	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	32
2.4 Tinjauan Teori.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Metode Analisis	40
3.6 Pengujian Hipotesis	47
BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	48
4.1 Gambarran Umum Sejarah Bursa Efek Indonesia	48
4.2 Gambaran Umum Perusahaan	48
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
5.1 Data Hasil Penelitian	62
5.2 Analisis Data Pengujian Hipotesis.....	66
5.3 Pembahasan	82
BAB VI ANALISI DAN PEMBAHASAN	86
6.1 Kesimpulan	86
6.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-rata PBV Sub Makanan dan Minuman.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional	36
Tabel 3.2 Daftar Populasi Perusahaan Manufaktur Sub Makanan Dan Minuman	37
Tabel 3.3 Ringkasan Kriteria Pemilihan Sampel	38
Tabel 3.4 Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sub Makan dan minuman	39
Tabel 5.1 Struktur Modal periode 2020-2023.....	62
Tabel 5.2 Profitabilitas periode 2020-2023.....	63
Tabel 5.3 Pertumbuhan Penjualan 2020-2023	63
Tabel 5.4 Ukuran Perusahaan 2020-2023	64
Tabel 5.5 Nilai Perusahaan 2020-2023	65
Tabel 5.6 Statistik Deskriptif	66
Tabel 5.7 Uji Normalitas.....	67
Tabel 5.8 Uji Multikolinearitas	70
Tabel 5.9 Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 5.10 Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 5.11 Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 5.12 Uji Keefisien Determinasi (R)	76
Tabel 5.13 Uji F (Simultan)	78
Tabel 5.14 Ouput SPSS Uji T Parsial	79

Tabel 5.15 Rekapitulasi Hasil Hipotesisi	81
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik rata-rata Nilai Perusahaan	2
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	32
Gambar 5.1 Histogram Uji Normalitas	69
Gambar 5.2 Uji Plot Normalitas	69

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Peningkatan konsumsi rumah tangga dan industri makanan dan minuman yang berkembang pesat menjadi pendorong perekonomian Indonesia. Saat ini, dengan meningkatnya pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman mengakibatkan perusahaan lokal dalam industri ini gencar melakukan perkembangan dan inovasi baru untuk menjual produk mereka kepada konsumen. Pengelolaan makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang memiliki potensi tinggi dalam dunia bisnis, sehingga persaingan perusahaan dalam industri ini pun ketat. Elisa dan Amanah (2021) menyatakan dengan semakin ketatnya persaingan, perusahaan industri dituntut untuk meningkatkan dan menjaga nilai perusahaan yang dimilikinya dengan baik. Dengan nilai perusahaan yang tinggi, investor akan tertarik untuk berinvestasi dengan harapan dapat mendapatkan hasil investasi yang memuaskan.

Berdasarkan informasi dari situs resmi Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, industri makanan dan minuman merupakan sektor kunci dalam mendorong perkembangan manufaktur di Indonesia. Namun, sejak tahun 2020, sektor ini mengalami dampak negatif akibat pandemi Covid-19. Investasi, baik dari asing maupun dalam negeri.

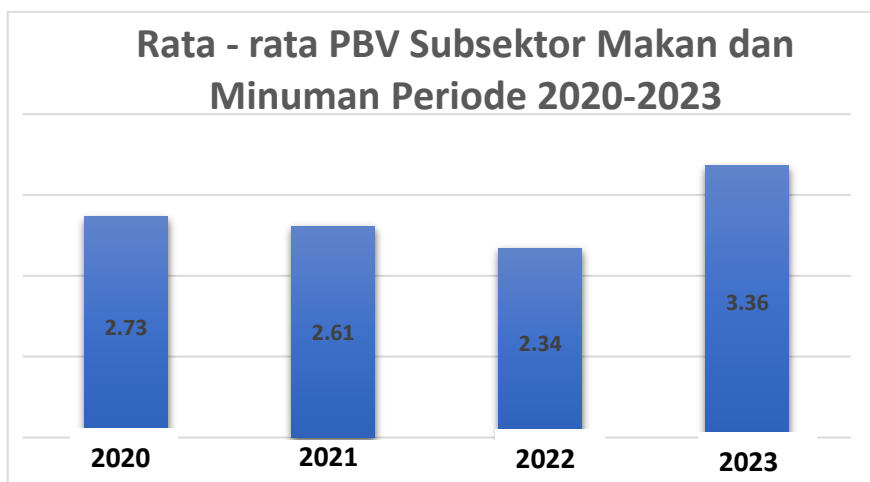
Industri makanan dan minuman merupakan sektor industry yang sangat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional namun, pada tahun 2020-2023 rata rata nilai perusahaan pada industri ini mengalami penurunan. Fenomena ini terjadi ketika masuknya wabah (COVID-19) yang berdampak menurunnya harga

saham karena investor memutuskan untuk menjual kembali sahamnya guna mengamankan investasi mereka selain itu inflasi dan kenaikan biaya bahan baku. Selama periode ini, banyak perusahaan menghadapi kenaikan biaya bahan baku, yang di picu oleh inflasi global dan gangguan rantai pasokan. Kenaikan biaya ini dapat memengaruhi margin keuntungan perusahaan beberapa perusahaan terpaksa menaikkan harga produk untuk menjaga profitabilitas, yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen. saat kondisi tersebut daya beli masyarakat juga menurun karena kondisi ekonomi yang melemah yang berdampak pada kinerja perusahaan makanan dan minuman. Nilai perusahaan dari tahun 2020 hingga tahun 2023 menunjukkan fluktuasi setiap tahunnya bagi perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, fenomena ini terkait nilai perusahaan Price Book Valeu (PBV)

Berikut adalah gambar grafik rata-rata dari nilai perusahaan subsektor makan dan minuman.

Gambar 1.1

Grafik rata-rata nilai Perusahaan



Sumber : Data sekunder diolah, (2024)

Berdasarkan grafik 1 diatas, terlihat bahwa nilai rata-rata *Price Book Value* (PBV) subsektor makanan dan minuman mengalami fluktuasi selama periode 2020 hingga 2023. PBV merupakan indikator yang mencerminkan bagaimana pasar menilai nilai buku perusahaan. Nilai PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar menghargai perusahaan lebih tinggi dari nilai bukunya, sedangkan PBV yang rendah bisa mengindikasikan undervaluasi atau kurangnya kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan. Ketidakstabilan nilai perusahaan itu terjadi dipengaruhi oleh kondisi eksternal (seperti pandemic, perubahan perilaku konsumen dan ekonomi global) maupun internal (kinerja keuangan, inovasi, efisiensi operasional). Rata-rata nilai perusahaan subsektor makanan dan minuman pada tahun 2019 yakni 3,80 namun pada tahun 2020 hingga 2022 Nilai Perusahaan mengalami penurunan. Pada tahun 2020, nilai perusahaan rata-rata tercatat sebesar 2,73 tahun ini menunjukkan nilai PBV yang tergolong cukup tinggi. Hal ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh kondisi awal pandemi COVID-19, dimana industri makan dan minuman masih di anggap *defensive* (relative stabil dan tetap dibutuhkan meskipun terjadi krisis). Pada tahun 2021 nilai PBV menurun tipis menjadi 2,61. Penurunan ini dapat disebabkan oleh efek berkepanjangan dari pandemi yang mulai berdampak pada daya beli masyarakat dan terganggunya rantai pasok, sehingga berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan subsektor ini. Meskipun masih cukup stabil, ada sedikit penurunan persepsi pasar terhadap valuasi perusahaan. Kemudian pada tahun 2022 tahun ini menunjukkan penurunan PBV paling rendah dalam 4 tahun, yakni 2,34. Penurunan ini mencerminkan penurunan kepercayaan investor, kemungkinan

akibat beban biaya yang meningkat, inflasi bahan baku, dan belum sepenuhnya pulih ekonomi masyarakat pasca-pandemi. Penurunan ini bisa juga mengindikasikan bahwa harga saham lebih rendah dibandingkan nilai buku perusahaan, sehingga bisa dianggap undervalued. Kemudian tahun 2023 menunjukkan kenaikan yang signifikan hingga mencapai 3,36, tertinggi diantar semua tahun ini. Hal ini menunjukkan bahwa investor kembali percaya dan optimis terhadap kinerja perusahaan subsektor makanan dan minuman. Kemungkinan faktor pendorongnya adalah pemulihan ekonomi nasional, peningkatan konsumsi masyarakat, stabilitas dan inovasi produk yang dilakukan perusahaan. Fluktuasi nilai ini memberikan indikasi tentang kinerja perusahaan dan berdampak pada persepsi nilai perusahaan itu sendiri. Dengan menggunakan nilai perusahaan sebagai acuan, calon investor dapat menilai apakah perusahaan berada dalam kondisi undervalued atau overvalued.

Yunita & Artini (2019), menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah indikator yang penting dalam menilai kinerja suatu perusahaan, besar kecilnya nilai perusahaan dapat mempengaruhi investor dalam melakukan investasinya. Sedangkan Noviani dkk (2019), menjelaskan bahwa nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi tingkat pengembalian investor dan semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan mencerminkan kesejahteraan bagi pemilik perusahaan dan pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar juga manfaat yang diperoleh oleh pemilik dan pemegang saham. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi faktor yang sangat penting dalam pandangan investor saham dan pemberi

kredit. Investor saham melihat nilai perusahaan sebagai sinyal positif untuk menanamkan modalnya, karena nilai yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Sebaliknya, pemberi kredit melihat nilai perusahaan sebagai indikasi kemampuan perusahaan untuk membayar utang, yang menjadi dasar kepercayaan mereka untuk memberikan kredit kepada perusahaan. Selain itu, nilai perusahaan juga menjadi krusial saat perusahaan memutuskan untuk melakukan penawaran umum (go public), yaitu mengeluarkan saham untuk dijual di bursa saham. Dalam konteks ini, harga saham yang tercermin di pasar saham akan menggambarkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Perkembangan kinerja operasional dan keuangan perusahaan secara langsung memengaruhi harga saham dan nilai perusahaan di mata publik dan investor.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan kinerja dan prospek masa depan suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan. Dalam konteks perusahaan manufaktur, khususnya subsektor makan dan minuman, faktor-faktor tersebut menjadi semakin relevan mengingat dinamika pasar yang tinggi dan persaingan yang ketat.

Struktur modal adalah bauran sumber pendanaan jangka panjang yang digunakan suatu perusahaan. pengelolaan dana yang baik akan berdampak baik juga bagi perusahaan. keputusan pendanaan yang baik dapat dilihat dari struktur modal yang optimal. Struktur modal optimal adalah dimana suatu kondisi sebuah perusahaan dapat menggunakan kombinasi utang dan ekuitas secara ideal, yaitu

dengan menyeimbangkan nilai perusahaan dan biaya atas struktur modalnya (Tumangkeng, 2018).

Profitabilitas adalah faktor kedua yang signifikan dalam menentukan nilai perusahaan karena kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan. (Kasmir 2019) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar potensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam setiap periode. Profitabilitas adalah faktor kedua yang signifikan dalam menentukan nilai perusahaan karena kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam konteks ini, *Return on Asset* (ROA) adalah hasil pembagian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. ROA mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

Pertumbuhan Penjualan adalah faktor ketiga yang signifikan dalam menentukan nilai perusahaan. (R Imawan & T Triyonowati 2021) pertumbuhan penjualan mencerminkan total penjualan yang meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini penting karena pertumbuhan penjualan memengaruhi pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan dari penjualan barang dan jasa. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan kinerja historis perusahaan tetapi juga memberikan indikasi tentang potensi kinerja di masa depan.

Pertumbuhan penjualan juga menjadi indikator kompetivitas perusahaan di pasar. Investor menggunakan pertumbuhan penjualan untuk menilai prospek perusahaan karena pertumbuhan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memperluas pangsa pasarnya atau meningkatkan efisiensi operasionalnya. Dengan demikian, semakin tinggi pertumbuhan penjualan, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan memberikan sinyal positif bagi investor dan dapat meningkatkan daya tarik perusahaan dalam hal nilai sahamnya di pasar.

Ukuran perusahaan berperan penting dalam menentukan nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar dianggap lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan untuk operasionalnya. Dengan semakin banyak dan semakin baiknya sumber dana yang diperoleh, operasional perusahaan dapat berjalan maksimal, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan. Harga saham merupakan indikator nilai perusahaan bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal. (Avisya 2020).

Penelitian serupa telah banyak dilakukan, Penelitian Haryanto (2022) (Haryanto 2022) membuktikan bahwa variabel struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Eka dan Mafizatul (2022) membuktikan bahwa variabel struktur modal dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Penelitian Afida, N. L., & Triyonowati (2023) membuktikan bahwa variabel struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara variabel pertumbuhan penjualan

berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian serta tahun dilaksanakannya penelitian. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti berbeda dari yang digunakan dalam penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan pada tahun yang berbeda, sehingga memberikan perspektif yang lebih relevan terhadap perkembangan yang terjadi di perusahaan. Berdasarkan pemaparan di atas dan adanya ketidakonsistenan atau gap riset dengan perbedaan hasil penelitian sebelumnya, hal ini menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai aspek-aspek yang mempengaruhi nilai perusahaan. Peneliti tertarik pada perusahaan manufaktur di bidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Mengingat potensi perkembangan bisnis di sektor makanan dan minuman, perusahaan ini dipilih sebagai subjek penelitian. Permintaan akan makanan dan minuman semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Banyaknya perusahaan baru yang bermunculan di industri ini disebabkan oleh tingginya permintaan, yang mengakibatkan persaingan yang semakin ketat antar bisnis. Semua perusahaan terdampak oleh persaingan ini untuk meningkatkan kinerja mereka agar tetap dapat bersaing satu sama lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sejak pandemi Covid-19 di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menguji setiap variabel yang telah ditentukan. Dari uraian latar belakang

diasas dan perbedaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menarik peneliti untuk melakukan penelitian, apakah hasilnya akan berpengaruh signifikan atau tidak. Maka, penulis bermaksud mengangkat permasalahan ini dengan penelitian berjudul: **“Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman di BEI Periode 2020-2023”**

1.1 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023?
3. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023?
4. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023?
5. Bagaimana pengaruh struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur makan dan minuman di BEI 2020-2023?

1.2 BATASAN MASALAH

Batasan masalah bertujuan untuk menghindari adanya penyimpangan pokok masalah agar penelitian lebih terarah dalam menjelaskan maksud dari judul yang dipilih oleh peneliti sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data keuangan dan nilai perusahaan dari periode 2020-2023.
2. Variabel yang diteliti adalah struktur modal (*Debt To Equity Ratio*), profitabilitas (*Return On Assets*), pertumbuhan penjualan (*Sales Grow*), ukuran perusahaan (Ukuran Perusahaan = Ln total aset) dan nilai perusahaan (*PBV*).
3. Penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor eksternal lain yang mungkin mempengaruhi nilai perusahaan.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023.

3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023.
5. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di bursa efek Indonesia periode 2020-2023.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di Bursa Efek Indonesia.
2. Memberikan panduan bagi manajemen perusahaan dalam mengelola struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.
3. Menjadi referensi bagi peneliti atau akademisi dalam melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dikelompokkan sebagai berikut:

- BAB I** Dalam bab ini berisi latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II** Dalam bab ini memuat hasil penelitian terdahulu, teori yang mendasari penelitian, model konseptual, serta hipotesis atau pernyataan penelitian.
- BAB III** Dalam bab ini diuraikan hal-hal mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data.
- BAB IV** Dalam bab ini menjelaskan mengenai perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang menjadi objek penelitian secara singkat dan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan perusahaan.
- BAB V** Dalam bab ini memaparkan mengenai hasil dari analisis data, perhitungan, jawaban hipotesis dan pembahasan penelitian.
- BAB IV** Dalam bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang dilakukan sebagaimana dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan yang berkepentingan.

BAB II

DASAR TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum membahas lebih lanjut beberapa hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023 yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama, judul, Tahun penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
1.	Haryanto Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2014-2018), (2022).	Struktur modal, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	Persamaan : Menggunakan variabel struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan. Perbedaan : Objek penelitian dan periode penelitian.
2	Eka Dela dan Mafizaton pengaruh struktur modal	Struktur modal dan profitabilitas.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal	Persamaan : Menggunakan variabel struktur modal dan

	dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di BEI periode (2016-2020), (2022).		berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.	profitabilitas Perbedaan : Objek penelitian dan periode penelitian.
3.	Afida, N Laila & Triyonowati Pengaruh struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017-2021), (2023).	Struktur modal dan profitabilitas, pertumbuhan penjualan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	Persamaan : Menggunakan variabel struktur modal, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan. Perbedaan; Objek penelitian dan periode penelitian.
4.	Marthin Hutagalung Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang	Struktur modal, profitabilitas.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai	Persamaan: Menggunakan variabel struktur modal dan profitabilitas.

	terdaftar di BEI periode 2020-2022), (2023).		Perusahaan.	
5.	Adini Apriliana Pengaruh Compay Growth, profitabilitas, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2018-2023), (2023)	Compay Growth, profitabilitas, struktur modal dan likuiditas	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Compay Growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan	Persamaan: Menggunakan variabel profitabilitas dan struktur modal. Perbedaan: Objek penelitian dan tahun penelitian.

Sumber : Data diolah peneliti, (2024)

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 STRUKTUR MODAL

Pengertian struktur modal (*capital structure*) adalah perbandingan atau imbalan pendanaan-pendanaan jangka panjang perusahaan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba tanam, dan

cadangan. Jika dalam dalam pendanaan perusahaan yang berasal dari modal sendiri masih mengalami kekurangan (defisit) maka perlu dipertimbangkan pendanaan perusahaan yang berasal dari luar, yaitu dari hutang (*debt financing*). Namun dalam pemenuhan kebutuhan dana, perusahaan harus mencari alternatif-alternatif pendanaan yang efisien. Pendanaan yang efisien akan terjadi bila perusahaan mempunyai struktur modal yang optimal. Struktur modal yang optimal dapat diartikan sebagai struktur modal yang dapat meminimalkan biaya penggunaan modal keseluruhan atau biaya modal rata-rata (k_o), sehingga akan memaksimalkan nilai perusahaan (Harjito & Mertono, 2013:256).

Teori struktur modal menjelaskan apakah ada pengaruh perubahan struktur modal terhadap nilai perusahaan (yang mencerminkan dari harga saham perusahaan), kalau keputusan investasi dan kebijakan deviden dipegang konstan. Dengan kata lain, seandainya perusahaan mengganti sebagian modal sendiri dengan hutang (atau sebaliknya) apakah harga saham akan berubah, apabila perusahaan tidak merubah keputusan-keputusan keuangan lainnya. Dengan kata lain, kalau perubahan struktur modal tidak merubah nilai perusahaan, berarti tidak ada struktur modal yang terbaik. Semua struktur modal adalah baik. Akan tetapi, kalau dengan merubah struktur modal ternyata nilai perusahaan berubah, maka akan diperoleh struktur modal yang terbaik. Struktur modal yang dapat memaksimumkan nilai perusahaan, atau harga saham adalah struktur modal yang terbaik (Harjito & Martono, 2013:257).

Struktur modal merupakan pertimbangan antara penggunaan modal pinjaman yang terdiri dari: utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang

jangka panjang dengan modal sendiri yang terdiri dari: saham preferen dan saham biasa. Cara lain untuk mengukur pengguna yang optimal dari suatu struktur modal adalah menggunakan rasio-rasio keuangan. Mengenai struktur modal akan mengulas sedikit mengenai analisis arus kas perusahaan yang sangat bermanfaat bagi penentuan perimbangan struktur modal (D Sjahrial 2009). Kita membagi teori Struktur Modal menjadi 2 kelompok yaitu:

1. Teori struktur modal tradisional yang terdiri dari:
 - a) Pendekatan laba bersih (*Net Income Approach*)
 - b) Pendekatan laba operasi bersih (*Net Operating Income Approach = NOI Approach*).
 - c) Pendekatan tradisional (*Traditional Approach*)
2. Teori struktur modal modern yang terdiri dari:
 - a) Model Modigliani-Miller (MM) tanpa pajak
 - b) Model Modigliani-Miller (MM) dengan pajak
 - c) Model Miller
 - d) Finansial Distress dan Agency Cost
 - e) Model Trade Off (Model gabungan antara model Modigliani-Miller, model Miller dan *financial distress and agency cost*) Teori informasi tidak simetris (*Asymmetric information theory*)
 - f) Struktur modal adalah perimbangan antara pengguna modal sendiri dengan penggunaan pinjaman jangka panjang. Struktur modal diukur dengan *Debt Equity Ratio* (DER) karena DER mencerminkan besarnya proporsi antara total hutang (*debt*) dengan total modal sendiri (*equity*) (Hery, 2018:169)

Rasio struktur modal dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Total hutang terhadap total modal (*Total Debt to Ekuitas Rasio/DER*)

Rasio ini mengukur keseimbangan antara utang dan ekuitas perusahaan. Rasio ini juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam membayar hutangnya dengan modal atau ekuitas yang tersedia.

$$\text{Rasio utang terhadap modal} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2. Rasio total hutang terhadap total aset (*total Debt to Asset Ratio/DAR*)

Rasio ini mengukur seberapa besar aset suatu perusahaan dibiayai oleh hutang. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar modal pinjaman yang digunakan untuk investasi guna memperoleh keuntungan perusahaan.

$$\text{Rasio total hutang terhadap total} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2.2.2 PROFITABILITAS

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara menjual produk (barang atau jasa) kepada para pelanggannya. Tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk

memaksimalkan profit, baik profit jangka panjang maupun jangka pendek (Hery, 2018:192).

Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Rasio profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan asset, maupun pengguna modal.

Tujuan pengukuran profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut (Kasmir, 2019:197)

1. Untuk mengukur atau menghitung keuntungan yang diperoleh suatu bisnis selama periode waktu tertentu.
2. Menilai situasi profitabilitas perusahaan dari tahun sebelumnya hingga tahun berjalan. Menilai perkembangan hasil dari waktu ke waktu.
3. Dengan menggunakan ekuitas, perkirakan jumlah laba bersih setelah pajak. Ukuran produktivitas seluruh aset perusahaan yang dapat digunakan, baik utang maupun ekuitas.

2.2.1.1 Jenis-jenis rasio profitabilitas:

Berikut adalah jenis-jenis rasio profitabilitas : (Hery, 2018:193)

- a) Hasil pengembalian atas Asset (*Return On Assets*)

Hasil pengembalian atas asset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi asset dalam menciptakan laba bersih. Rasio digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap total asset.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas asset : (Hery, 2018:193).

$$\text{Hasil pengembalian atas asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}} \times 100\%$$

b) Hasil pengembalian atas Ekuitas (*Return On Equity*)

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas. Berikut adalah rumusan yang digunakan untuk menghitung hasil pengembalian atas ekuitas : (Hery:194, 2018).

$$\text{Hasil pengembalian atas aset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

c) *Marjin Laba Kotor (Ross Profit Margin)*

Marjin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Labar kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjual bersih dengan harga pokok penjualan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba kotor: (Hery, 2018:195).

$$\text{Marjin laba kotor} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{total ekuitas}} \times 100\%$$

d) *Marjin Laba Operasional (Operating Profit Margin)*

Marjin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan laba. Laba operasional sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba kotor dengan beban operasional. Beban operasional terdiri atas bebas penjualan maupun beban umum dan administrasi.

Berikut ini rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba operasional : (Hery, 2018:179).

$$\text{Marjin laba operasional} = \frac{\text{Laba operasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

e) Marjin laba Bersih (*Net Profit Marjin*)

Marjin laba bersih adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan.

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung marjin laba bersih: (Hery, 2018:198).

$$\text{Marjin laba bersih} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$$

2.2.3 PERTUMBUHAN PENJUALAN

Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang mengukur berapa besar kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisinya dalam industri dan untuk perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan penjualan ini dapat dilihat dari beberapa segi *sales* (penjualan), *erading after tax* (EAT), laba perlembar saham, dividen perlembar saham, dan juga harga pasar perlembar saham.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai produksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. (Permatasari C. D. & Fitria 2020) Mengatakan bahwa perusahaan dengan penjualan yang relative stabil dapat lebih aman memperoleh

lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil.

Berdasarkan dari definisi diatas yang di ungkapkan oleh para peneliti, dapat di simpulkn bahwa pertumbuhan penjualan berarti meningkatkan penjualan suatu perusahaan dari tahun ke tahun dan dapat juga menggambarkan tingkat profitabilitas perusahaan. Tingginya tingkat pertumbuhan penjualan yang dimiliki oleh suatu perusahaan menandakan bahwa kinerja perusahaan semakin baik dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Dan juga pertumbuhan penjualan juga sering menggambarkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya dengan melihat atau memperhatikan penjualan pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan juga memiliki peranan penting dalam manajemen modal kerja suatu perusahaan. Dan perusahaan juga bisa memprediksi seberapa banyak keuntungan yang akan didapatkan melalui pertumbuhan penjualannya.

Cara pengukuran pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan periode terkini} - \text{penjualan periode sebelumnya}}{\text{Penjualan periode sebelumnya}} \times 100\%$$

Keterangan:

Sales growth : Hasil presentase suatu perusahaan

Penjualan periode terkini : Harga tahun sekarang

Penjualan periode sebelumnya : Harga tahun sebelumnya

Pertumbuhan penjualan dapat menunjukkan seberapa jauh perusahaan dapat meningkatkan penjualan yang dimilikinya dibandingkan dengan total penjualan yang dipunya secara keseluruhan. Dan pertumbuhan penjualan juga menggambarkan tingkat profitabilitas suatu perusahaan, bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, maka semakin baik juga kinerja operasional yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Hanya ada satu cara mengukur pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yaitu menggunakan *net sales growth ratio*.

2.2.4 UKURAN PERUSAHAAN

Menurut (Brigham, E. F & Joel 2001) ukuran perusahaan ditentukan oleh seberapa besar atau kecilnya perusahaan, yang dapat diukur dengan total aset, total penjualan, laba, beban pajak, dan faktor lainnya. Aset perusahaan merupakan indikator utama untuk menilai besar kecilnya perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, semakin muda bagi perusahaan untuk mendapatkan dana baik dari sumber internal maupun eksternal. Jika dana tersebut dikelola secara optimal, perusahaan dapat memberikan hasil usaha yang baik dan menarik minat calon investor untuk menanamkan modal mereka dalam bentuk saham.

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan mengubah total aset yang dimiliki ke dalam bentuk logaritma natural. Proksi ukuran perusahaan menggunakan Log Natural dari total aset bertujuan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Dengan penerapan Log Natural, jumlah aset yang mencapai ratusan miliar atau bahkan triliunan dapat disederhanakan tanpa mengubah proporsi aset sebenarnya.

Menurut (Jogiyanto,2013:282) "Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, dan ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva." Nilai total aset biasanya jauh lebih besar dibandingkan variabel keuangan lainnya. Oleh karena itu, variabel aset diubah menjadi Log aset atau Ln Total Aset. Rasio ini dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln total aset}$$

2.2.5 NILAI PERUSAHAAN

Menurut (Hery, 2017) mendefinisikan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah “ nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini.”

Sedangkan menurut (Indrarini Silvia, 2019) pengertian nilai perusahaan adalah “ nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepada nya yang sering dihubungkan dengan harga saham.”Menurut (Bambang Sugeng 2017) mengatakan bahwa “nilai perusahaan merupakan harga jual dari barang tersebut ketika barang tersebut akan jual.

Berdasarkan ketiga pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang dicapai manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan.

Indikator Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari:

1. *Price to Book Value* (PBV)

Menurut (Brigham, Eugene F. 2014:155) *Price to Book Value* (PBV) digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Semakin tinggi *Price to Book Value* (PBV), semakin baik pasar memandang perusahaan dan prospeknya. Hal ini berarti semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Price to Book Value adalah alat ukur nilai perusahaan dengan membagi harga per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. *Price to Book Value* dapat diukur dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Price To Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai Buku per lembar Saham}} \times 100\%$$

2. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earing Ratio (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. Menurut PER itu perbandingan harga saham dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emitmen dalam setahun. Karena PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, maka dengan mengetahui apakah tergolong wajar atau tidak secara real atau bukan secara perkiraan. PER dapat dirumuskan sebagai berikut (Hermono, 2017).

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba per Saham}} \times 100\%$$

3. *Tobin's Q*

Tobin's Q atau *Q Teori* adalah rasio atau teori yang pada tahun 1969 diperkenalkan pertama kali oleh James Tobin. Nilai pasar dari suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya ganti aktiva perusahaan tersebut sehingga terciptalah keadaan yang ekuilibrium (Hoasana 2012:31) *Tobin's Q* juga menjelaskan bahwa nilai dari suatu perusahaan merupakan nilai kombinasi dari aktiva berwujud dengan aktiva tak berwujudnya. Nilai *Tobin's Q* untuk perusahaan yang rendah yaitu antara 0 sampai 1 menunjukkan bahwa biaya penggantian aktiva perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai pasar perusahaan tersebut yang berarti pasar menilai kurang perusahaan tersebut. Nilai *Tobin's Q* untuk perusahaan yang tinggi yaitu lebih dari 1 menunjukkan bahwa nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan nilai aktiva perusahaan yang tercatat yang berarti masih ada beberapa aktiva perusahaan yang tidak terukur atau tercatat. Rumus *Tobin's Q* menurut (Hoasana 2012:35) yaitu penjumlahan dari ME dan DEBT dibagi dengan TA dimana ME bisa dicari dengan mengkalikan jumlah saham biasa perusahaan yang beredar di akhir tahun dengan harga penutupan saham (*closing price*) di akhir tahun, *DEBT* dihitung dengan cara (Total Utang + Persediaan – Aktiva Lancar) dan TA merupakan nilai buku total aktiva perusahaan.

Rumus tersebut dituliskan sebagai berikut:

$$Q = \frac{(ME+Debt)}{(Total Asset)}$$

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

ME = *Market Value Of Equity*

Debt = Hutang

Total Asset = Total Asset atau Total Aktiva

2.2.6 HUBUNGAN ANTARA VARIABEL

2.2.5.1 HUBUNGAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Struktur modal merupakan tingkat keuangan suatu perusahaan yang merupakan selisih antara perusahaan dan individu, dan digunakan sebagai sumber pengembangan kewirausahaan (Pelealu et al., 2022) Pertukaran antar representasi juga mengancam penentuan aturan struktur modal, seperti yang ditunjukkan oleh teori perdagangan. Tentu saja, perusahaan mempunyai risiko lebih besar karena memikul lebih banyak tanggung jawab, namun keuntungannya juga lebih tinggi. Menurut teori sinyal, penggunaan hutang yang lebih tinggi dapat menjadi sinyal yang baik bahwa calon investor lebih percaya ketika manajer melihat prospek masa depan perusahaan cerah karena ingin harga sahamnya naik. Oleh karena itu, karena pembiayaan utang dianggap dapat meningkatkan nilai perusahaan, maka perusahaan berkembang sebaiknya lebih sering menggunakan pembiayaan utang dibandingkan modal ekuitas (Rahma, D. M., & Lastanti 2023) Dengan demikian,

manajer dapat menggunakan utang yang tinggi sebagai sinyal yang dapat diandalkan, dengan asumsi bahwa perusahaan yang meningkatkan utang dapat dilihat sebagai perusahaan yang dapat dipercaya dengan rencana masa depan (Spence, 1973). Penelitian (Afida, N. L., & Triyonowati 2023) dan Andini Apriliana (2023) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.2.5.2 HUBUNGAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan memiliki peluang masa depan yang cerah. Karena kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan bergantung pada laba yang lebih tinggi, maka setiap perusahaan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya. Selain itu, pengusaha lebih mudah mendapatkan pembiayaan. Menurut teori sinyal, profitabilitas yang kuat merupakan indikator peluang bisnis yang memberikan kepastian bagi pemegang saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Andini Apriliana (2023) dan Marthin Hutagalung (2023) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

2.2.5.3 HUBUNGAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

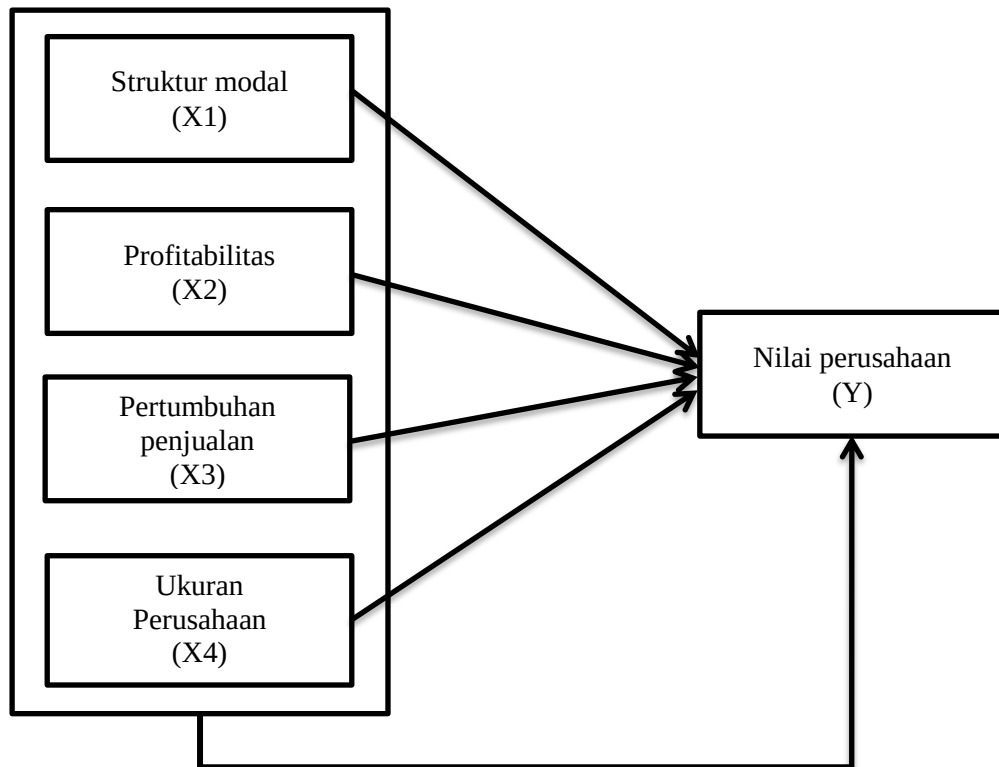
Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan volume penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi pada periode terkini dan dapat digunakan sebagai perkiraan pertumbuhan di masa depan. Investor dapat menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memprediksi pendapatan perusahaan di masa depan. Pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dapat berdampak positif terhadap laba perusahaan seiring dengan meningkatnya volume penjualan sehingga menghasilkan nilai perusahaan yang lebih tinggi. Penelitian (Afida, N. L., & Triyonowati 2023) menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2.5.4 HUBUNGAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan yang lebih besar cenderung lebih mudah memperoleh sumber pendanaan untuk mencapai tujuan mereka. Namun, hal ini juga dapat menyebabkan peningkatan utang karena risiko perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya relatif kecil. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan berbagai cara.

Dalam konteks ukuran perusahaan, total aset yang dimiliki perusahaan adalah faktor penting yang digunakan dalam operasi perusahaan. Apabila sebuah perusahaan memiliki aset yang besar, manajemen memiliki kebebasan lebih dalam memanfaatkan aset tersebut. Namun, kebebasan ini bisa menimbulkan kekhawatiran bagi pemilik aset. Dari perspektif pemilik, aset yang besar bisa menurunkan nilai perusahaan. Sebaliknya, dari perspektif manajemen, kemudahan dalam mengelola perusahaan dengan aset yang besar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian (Haryanto 2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2 KERANGKA KONSEPTUAL



Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Hipotesis adalah alat kerja teori, usulan penelitian ilmiah karena bersifat konkrit dan siap di uji empiris (priadana & Denok 2021: 14)

2.3 Hipotesis

Berdasarkan cakupan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan beberapa penelitian sebelumnya yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 :Diduga struktur modal berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023.

- H2** :Diduga profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023.
- H3** :Diduga pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023.
- H4** :Diduga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023.
- H5** :Diduga struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman di BEI periode 2020-2023.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode penelitian

Setiap penelitian membutuhkan metode dalam pengambilan data. Metode penelitian sebagai Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dan menganalisis data. Penetapan metode penelitian disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penelitian yang bersifat hipotesis dilakukan dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian yang bersifat natural, alami dan mendalam menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian yang mengkolaborasi keduanya agar data lebih komprehensif menggunakan penelitian kombinasi. Pemilihan metode penelitian tergantung pada tujuan penelitian yang ditetapkan peneliti (M Waruwu 2023:2897)

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data dalam bentuk angka sebagai alat analisisnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya.

Metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan ilmu pasti untuk menjawab hipotesis penelitian

(M Waruwu 2023:2902)

3.2 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah batasan-batasan dan cara-cara mengukur variabel yang diteliti. Definisi Operasional dalam penelitian ini. Variabel meliputi nama variabel, uraian variabel, alat ukur hasil pengukuran, dan skala pengukuran yang digunakan (nominal, ordinal, interval, atau rasio).

Tujuan dari definisi operasional penelitian ini adalah untuk memudahkan dan menjaga konsistensi pengumpulan data, mencegah interpretasi, serta membatasi lingkup variabel yang diteliti (Rafika Ulfa, 2021).

Variabel dalam penelitian ini yaitu Struktur Modal (X1), Profitabilitas (X2), Pertumbuhan Penjualan (X3) dan Ukuran Perusahaan (X4) sebagai variabel bebas Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel terikat.

3.2.1 Struktur Modal

Struktur modal adalah komposisi atau perbandingan antara utang dan ekuitas (modal sendiri) yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas operasionalnya. Dengan kata lain, struktur modal menunjukkan seberapa besar pembiayaan perusahaan berasal dari pinjaman (utang) dan seberapa besar berasal dari pemilik atau investor (ekuitas).

1.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (keuntungan) dari kegiatan usahanya. Profitabilitas menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam mengelola aset, modal, dan biaya untuk mendapatkan keuntungan.

1.2.3 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah pendapatan atau penjualan yang diperoleh perusahaan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan menunjukkan seberapa besar peningkatan kinerja penjualan perusahaan dibandingkan periode sebelumnya.

1.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah gambaran besar kecilnya suatu perusahaan yang biasanya diukur dari total aset, total penjualan, atau jumlah karyawan. Ukuran Perusahaan mencerminkan kapasitas, kekuatan, finansial, dan skala operasional perusahaan.

3.2.5 Nilai perusahaan

Nilai perusahaan adalah citra atau harga pasar dari suatu perusahaan yang mencerminkan seberapa besar perusahaan dihargai oleh investor.

Table 3.1
Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

NO.	Variabel	Alat analisis	Skala Pengukuran
1.	struktur modal (X1)	DER <i>Debt To Equity Ratio</i> $= \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aset}} \times 100\%$	Rasio
2.	Profitabilitas (X2)	ROA <i>Return On Assets</i> $= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$	Rasio
3.	Pertumbuhan penjualan (X3)	<i>Sales Growt</i> = $\frac{\text{Penjualan Periode Terkini} - \text{Penjualan periode sebelumnya}}{\text{Penjualan Periode Sebelumnya}} \times 100\%$	Rasio
4.	Ukuran Perusahaan (X4)	Ukuran perusahaan = Ln total aset	Rasio
5.	Nilai Perusahaan (Y)	PBV = $\frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$	Rasio

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek-objek yang besaran dan ciri-cirinya ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari sampai ditarik kesimpulan (Sugiyono 2021; 126).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengaruh struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor makan dan minum Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023.

Tabel 3.2
Daftar populasi Perusahaan Sektor Makan dan Minuman

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	AISA	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
2.	ALTO	PT Tri Banyan Tirta Tbk
3.	CAMP	PT Campina Ice Cream Industry Tbk
4.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
5.	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk
6.	COCO	PT Wahana Interfood Nusantara Tbk
7.	DLTA	PT Delta Djakarta Tbk
8.	FOOD	PT Sentra Food Indonesia Tbk
9.	FRNK	PT Franky Bakery & Food Manufacturing Tbk
10.	GOOD	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
11.	GOLD	PT Golden Foodindo Logistik Tbk
12.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
13.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
14.	KINO	PT Kino Indonesia Tbk
15.	MDKA	PT Merdeka Copper Gold Tbk
16.	PRIM	PT Primajaya Indonesia Tbk
17.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
18.	SAFE	PT Saraswati Indovest Tbk
19.	SIDO	PT Indusrtiy Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
20.	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
21.	WMPP	PT Widodo Makmur Perkasa Tbk

3.3.2 Sampel

Menurut (B Sumago 2020), Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih sedemikian rupa sehingga hasilnya dapat memberikan gambaran yang akurat tentang populasi secara keseluruhan atau tentang dirinya sendiri sebagai

representasi dari kasus yang diamati. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling method*, yang mana metode ini digunakan berdasarkan penelitian terhadap beberapa karakteristik yang disesuaikan dengan penelitian. Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2020-2023.
2. Perusahaan yang melaporkan laporan keuangan pada periode tahun 2020-2023.
3. Perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah (Rp).
4. Perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang tidak rugi selama tahun 2020-2023.

Tabel 3.4
Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah Sampel
1.	Perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2020-2023.	21
2.	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020-2023 secara berturut-turut.	(7)
3.	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah (Rp).	(1)
4.	Perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang mengalami kerugian selama tahun 2020-2023.	(1)
Total perusahaan yang menjadi sampel		12

Dari 22 populasi diperoleh sampel sebanyak 12 perusahaan, angka 12 didapatkan berdasarkan tabel di atas, Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020-2023 secara berturut-turut sebanyak 7 Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah (Rp) ada 1 perusahaan, dan Perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang mengalami kerugian selama tahun 2020-2023 ada 1 perusahaan. Sehingga berdasarkan kriteria penelitian terdapat 9 perusahaan yang tidak memenuhi kriteria dan hasil sampel untuk penelitian ini adalah sebanyak 12 perusahaan (21-9).

Tabel 3.5

Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Subsektor Makan dan Minuman

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	CAMP	PT Campina Ice Cream Indusdy Tbk
2.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
3.	CLEO	PT Sariguna Primatirta Tbk
4.	COCO	PT Wahana Interfood Nusantara Tbk
5.	DLTA	PT Delta Jakarta Tbk
6.	FOOD	PT Sentra Food Indonesia Tbk
7.	GOOD	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk
8.	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
9.	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
10.	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk
11.	SIDO	PT Indusrtly Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
12.	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dari data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis

untuk mendapatkan data sekunder dalam penelitian ini adalah kepustakaan (library research), dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data-data sekunder yang diperoleh melalui situs internet www.idx.co.id dan website resmi Bursa Efek Indonesia.

3.5 Metode Analisis

Metode analisis data pada penelitian ini adalah metode dependen dengan analisis regresi legresi liar berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS 25. Fitur-fitur yang tersedia di dalam SPSS antara lain analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda.

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah bagian dari statistik mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistik deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan atau fenomena. Dengan kata statistik deskriptif berfungsi menerangkan keadaan, gejala, atau persoalan (L Z Nasution & Sulisty S 2016)

Statistik deskriptif adalah statistika yang digunakan dalam mendiskripsikan data menjadi informasi yang lebih jelas serta mudah dipahami yang memberikan gambaran mengenai penelitian berupa hubungan dari variabel-variabel, misalnya memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang

tolak ukurnya dilihat dari rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi).

3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Jadi Regresi OLS itu mengasumsikan terdapatnya hubungan linier antara kedua variabel (G Mardiatmoko 2020)

Pada analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik diperlukan untuk menguji kualitas data, yakni menentukan apakah data yang diperoleh layak atau tidak layak untuk digunakan. Berikut ini adalah uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini:

3.5.2.2 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali 2018:161) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Uji t dan uji F mengasumsikan bahwa residual berdistribusi secara normal, sehingga apabila terbukti residual tidak berdistribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. (Ghozali 2018:161) menyebutkan terdapat dua cara untuk menguji normalitas yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik (uji Skewness dan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov). Penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov, dengan hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Data residual berdistribusi normal.

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi (sig) $> \alpha$ (0,05) maka terima H_0 dan tolak H_a , sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.
- b. Apabila nilai signifikansi (sig) $< \alpha$ (0,05) maka tolak H_0 dan terima H_a dapat dikatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.

3.5.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali 2018:107) Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen di dalamnya atau variabel independen bersifat ortogonal. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF), dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terjadi multikolinearitas

H_a : Terjadi multikolinearitas.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai VIF < 10 dengan nilai tolerance $\geq 0,10$ maka terima H_0 dan tolak H_a , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF > 10 dengan nilai tolerance $< 0,10$ maka tolak H_0 dan terima H_a , sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali 2018:111) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara residual pada periode tertentu dengan residual

pada periode sebelumnya dalam model regresi linear. Apabila ditemukan adanya korelasi maka hal tersebut yang dinamakan problem autokorelasi. Masalah ini timbul karena residual dari satu observasi ke observasi lainnya tidak saling bebas (data observasi saling berkaitan). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terdapat autokorelasi di dalamnya. Dalam penelitian ini uji autokorelasi akan dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW), dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat autokorelasi ($r = 0$).

H_a : Terdapat autokorelasi ($r \neq 0$).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika d terletak di antara d_u dan $(4-d_u)$, terima H_0 , dan tolak H_a , artinya tidak terdapat autokorelasi.
- b. Jika $d < d_l$ atau lebih besar dari $(4-d_l)$, tolak H_0 , dan terima H_a , artinya terdapat autokorelasi.

3.5.2.5 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas ini merupakan pengujian yang bertujuan untuk melihat ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu dengan lainnya. Apabila terjadi kesamaan maka disebut dengan homoskedastisitas, sedangkan jika terjadi ketidaksamaan maka disebut dengan heteroskedastisitas. Apabila terdapat heteroskedastisitas, maka data dianggap tidak terdistribusi dengan normal (Rahmatiah, S. A., Abbas, M. A. Y. n.d. 2020) Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Terdapat beberapa cara untuk melakukan uji

heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2018:138-144) yaitu dengan melihat Grafik Plot, Uji Park, Uji White, dan Uji Glejser. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas akan dilakukan melalui uji Glejser, di mana akan dilakukan regresi nilai absolute residual terhadap variabel independen, dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terjadi heteroskedastisitas.

H_a : Terjadi heteroskedastisitas.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi (sig) $> \alpha$ (0,05), artinya terima H_0 dan tolak H_a , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila nilai signifikansi (sig) $< \alpha$ (0,05), artinya tolak H_0 dan terima H_a , maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas.

3.5.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis yang digunakan ketika terdapat lebih dari satu variabel independen yang dihipotesiskan berpengaruh terhadap satu variabel dependen. (Ghozali 2018:96) mengatakan bahwa selain mengukur kekuatan hubungan dua atau lebih variabel, analisis regresi juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi terdapat dua jenis yaitu, regresi linier dan regresi berganda. Regresi linier cocok digunakan jika hanya ada satu variabel independent, sedangkan regresi berganda digunakan hanya ada satu variabel independent, sedangkan regresi berganda digunakan jika terdapat lebih dari satu variabel independent. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan analisis

regresi linier berganda karena terdapat dua variabel independent, yaitu struktur modal, prifitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan.

Tujuan utama dari penggunaan analisis regresi linier berganda adalah untuk memahami dan menjelaskan bagaimana variabel-variabel independen tersebut mempengaruhi variabel dependen. Model regresi berganda untuk penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
X1	= Struktur Modal
X2	= Profitabilitas
X3	= Pertumbuhan Penjualan
X4	= Ukuran Perusahaan
a	= Konstanta
b	= Koefisien Regresi
e	= Standar Error

3.5.3.7 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya adalah digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:87). Nilai R² dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai R² berkisar antara 0 sampai 1.

1. Nilai R² yang semakin kecil mendekati nol menunjukkan bahwa semakin kecil pengaruh variabel-variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai R² yang semakin besar mendekati 1 berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.5.3.8 Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji secara bersama-sama apakah seluruh variabel independen dapat secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Prosesnya melibatkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel dengan Tingkat kepercayaan 5%, dengan derajat kebebasan pembilang yang ditetapkan sebagai k-1 dan derajat kebebasan penyebut sebagian n-k-1. Seluruh nilai koefisien regresi dianggap signifikan apabila nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah:

- Jika $\text{sig} < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima
- Jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

3.5.3.9 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap koefisien regresi signifikan secara individual. Tingkat signifikan yang digunakan adalah 5% dengan derajat kebebasan = n-k-1.

Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel pada Tingkat kepercayaan 5%. Koefisien regresi individual dikatakan signifikan apabila t hitung lebih besar dari t tabel. Sebaliknya koefisien regresi secara individual tidak signifikan apabila nilai t hitung lebih kecil dari t tabel.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah:

- $\text{Sig} > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak
- Jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak

3.6 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 5% untuk pengujian hipotesisnya.

Hipotesis diterima jika:

1. Struktur Modal (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur Subsektor Makan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.
2. Profitabilitas (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur Subsektor Makan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.
3. Pertumbuhan penjualan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur Subsektor Makan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.
4. Ukuran perusahaan (X4) berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur Subsektor Makan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.
5. Struktur modal (X1), profitabilitas (X2), pertumbuhan penjualan (X3), dan ukuran perusahaan (X4) berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur subsektor Makan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Sejarah Bursa Efek Indonesia

Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah lembaga yang berfungsi sebagai tempat perdagangan saham dan instrumen keuangan lainnya di Indonesia. Sejarah BEI mencerminkan perkembangan ekonomi dan pasar modal di Indonesia. Bursa efek Indonesia didirikan pada tanggal 14 Desember 1912 dengan nama *veening Voor De Effectenhandel* (bursa efek). Pada saat inisiasi perdagangan, terdapat 13 anggota bursa yang aktif terlibat dalam jual beli saham dan obligasi perusahaan/perkebunan belanda yang beroperasi di Indonesia. Perkembangan pasar modal Indonesia sangat pesat dengan dibuka nya Bursa Efek Surabaya pada tanggal 11 Januari 1925. Namun karena kejolak politik di Eropa pada awal tahun 1938. Bursa efek Indonesia telah mengalami perjalanan panjang dari masa colonial hingga menjadi salah satu bursa terbesar di Asia Tenggara. Dengan berbagai reformasi dan inovasi yang dilakukan, BEI berkomitmen untuk terus meningkatkan fungsi pasar modal demi mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia.

4.2 Gambaran Umum Perusahaan Sampel

4.2.1 PT Campina Ice Cream Industry Tbk

Perusahaan es krim terkemuka di Indonesia dari Surabaya, Indonesia Campina Ice Cream Industry didirikan di tahun 22 Juli 1972, oleh (alm) Bapak Darmo Hadiprato di sebuah garasi sebuah rumah di jalan Gembong Sawah,

Surabaya. Di tahun 1984, usaha rumah ini dipindahkan ke kawasan industri Rungkut, Surabaya. Dan ditahun 1995, perusahaan menggendeng investor, PT Ultrajaya Milk Industry Tbk, menjadikannya pemilik modal terbesar, hingga saat ini, hadir didunia dan menjadi media digital dipandang sebagai sebuah keharusan. Oleh karenanya, ditahun 2012, Campina membuka beberapa kanal media social untuk komunikasi dua arah dengan penggemarnya.

Campina pun meluncurkan *e-commerce website* ditahun 2013, agar penggemarnya bisa menghadirkan es krim dirumahnya via layanan pesan antar online Campina *Delivery*. Layanan *ice cream delivery* ini diperkuat dengan kehadiran Campina lewat *official Store* di beberapa *e-commerce* terkemuka di Indonesia.

Campina Ice Cream go public di tahun 2017, terdaftar sebagai salah satu emiten di Bursa Efek Jakarta, karenanya mengalami perubahan nama PT Campina Ice Cream Industry Tbk. Campina Ice Cream adalah satu-satunya merek es krim di Asia Tenggara yang memegang lisensi *Nickelodeon* dan Disney Marvel, sejak tahun 2006 dan 2014.

4.2.2 Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) adalah perusahaan multinasional di Indonesia yang memproduksi minyak nabati dan minyak khusus untuk industri makan dan perdagangan umum. Didirikan pada tahun 1988 dengan nama Cahaya Kalbar. Melakukan IPO pada tahun 1996, kemudian berganti nama menjadi PT Wilmar Cahaya Indoneesia sekarang pada tahun 2013. Produknya

dipasarkan dipasar domestik dan internasional. Perusahaan ini merupakan bagian dari Wilar International Limited.

Perusahaan ini berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas tinggi dengan memanfaatkan teknologi modern dan praktik produksi yang berkelanjutan. PT Wilmar Cahaya Indonesia juga fokus pada inovasi produk dan keberlanjutan lingkungan dalam operasinya, dengan tujuan mendukung industri makanan dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

4.2.3 PT Sariguna Primatirta Tbk

PT Sariguna Primatirta Tbk adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi dan distribusi air minum dalam kemasan di Indonesia. Perusahaan ini juga dikenal dengan merek dagangannya “Aqua” dan berfokus pada penyediaan produk air mineral berkualitas tinggi untuk konsumen.

PT Sariguna Primatirta Tbk didirikan pada tahun 1996. Perusahaan ini memproduksi air minum dalam kemasan (AMDK) dengan berbagai ukuran, termasuk botol plastik dan galon. Sariguna Primatirta berkomitmen untuk menyediakan air minum yang bersih, aman, dan berkualitas tinggi, serta berkontribusi pada kesehatan masyarakat.

PT Sariguna Primatirta Tbk mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang memungkinkan public untuk berinvestasi di perusahaan ini. Perusahaan terus melakukan ekspansi dalam hal produksi dan distribusi untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Tanggung jawab sosial perusahaan PT Sariguna Primatirta juga terlibat dalam berbagai program tanggung

jawab sosial perusahaan, termasuk inisiatif untuk menjaga lingkungan dan mendukung komunitas lokal.

4.2.4 PT Wahana Interfood Nusantara Tbk

PT Wahana Interfood Nusantara Tbk adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri makan dan minuman di Indonesia. Perusahaan ini dikenal sebagai produsen berbagai produk makanan, termasuk snack, biskuit, dan produk olahan lainnya.

PT Wahana Interfood Nusantara Tbk didirikan pada tahun 1997. perusahaan ini memproduksi berbagai jenis makanan dan minuman, dengan fokus pada produk berkualitas tinggi yang memenuhi standar keamanan pangan. Beberapa merek yang diproduksi oleh perusahaan ini mungkin termasuk biskuit, keripik, dan produk makan ringan lainnya.

PT Wahana Interfood Nusantara Tbk mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI), memungkinkan investor untuk berpartisipasi dalam pertumbuhan perusahaan. Perusahaan terus berupaya untuk memperluas pangsa pasarnya baik didalam negeri maupun diluar negeri. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) PT Wahana Interfood Nusantara juga terlibat dalam program tanggung jawab sosial perusahaan, yang mungkin mencakup kegiatan untuk mendukung masyarakat lokal untuk menjaga keberlanjutan lingkungan. Perusahaan ini mungkin juga fokus pada inovasi produk untuk memenuhi selera konsumen yang terus berubah, termasuk pengembangan produk sehat dan ramah lingkungan.

4.2.5 PT Delta DJakarta Tbk

Pada 1997, perseoran memulai rencana ekspansi besar-besaran dengan memindahkan pabrik pembuatan bir dari lokas awal di Jakarta Utara ke fasilitas yang lebih besar dan modern dilokasinya saat ini di Bekasi, Jawa Barat.

PT Jangkar Delta Indonesia, anak perusahaan PT Delta, didirikan pada 1998, dan menjadi distributor tunggal perseroan, dengan jejaring distribusi yang menyebar ke seluruh negeri, mulai dari Medan di Sumatra Utara hingga ke Jayapura di Papua. Namun, pada semester pertama 2017, anak perusahaan memindahkan seluruh karyawannya ke perseoran dan pada akhir tahun, anak perusahaan hanya menangani satu sub-distributor. Sejauh ini, perseroan tidak berencana mengentikan operasional PT Jangkar Delta Indonesia.

PT Delta memproduksi bir Pilsner dan Stout berkualitas untuk pasar domestik Indonesia, dengan sejumlah merek diantaranya Anker Bir, Anker Stout, Carlsbeng, San, Miguel Pale Pilsen, San Mig Light, San Miguel, Cerveza Negra, dan Kuda Putih. PT Delta juga memproduksi dan mengeksport bir Pilsner dengan merek “Batavia”. Dan kuartal terakhir 2017 menandai awal ekspor bir PT Delta DJakarta Tbk ke negara tetangga, Timur Leste.

4.2.6 PT Sentral Food Indonesia Tbk

PT Sentral Food Indonesia Tbk adalah perusahaan yang bergerak dibidang distribusi dan pemasara makan dan minuman di Indonesia. Perusahaan ini dikenal karena memproduksi berbagai produk makanan, termasuk snack, biskuit, dan

produk olahan lainnya. Sentral Food Indonesia berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas tinggi dan inovasi yang memenuhi kebutuhan konsumen.

Sebagai bagian dari industri makanan, PT Sentral Food Indonesia berfokus pada penggunaan bahan-bahan berkualitas dan penerapan standar produksi yang baik untuk memastikan keamanan dan kualitas produk. Perusahaan ini juga aktif dalam memperluas jangkauan pasarnya, baik dalam negeri maupun internasional. Selain aspek bisnis, PT Sentral Food Indonesia mungkin juga terlibat dalam inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Sebagai perusahaan yang terdaftar di (BEI), PT Sentral Food Indonesia Tbk mungkin memiliki berbagai produk yang mencakup makanan olahan, minuman, dan produk konsumen lainnya. Mereka juga mungkin menjalin kemitraan dengan berbagai merek lokal dan internasional untuk memperluas jangkauan pasar mereka.

4.2.7 PT GarudaFood Putra Putri Jaya Tbk

PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk adalah perusahaan Indonesia yang bergerak dalam industri makanan dan minuman. Garudafood didirikan pada tahun 1990. perusahaan ini merupakan bagian dari Garudafood Group, yang telah beroperasi lebih lama dengan berbagai produk makanan dan minuman. Perusahaan ini didirikan oleh keluarga Djarum, yang juga dikenal melalui perusahaan rokok dan bisnis lainnya. Garudafood mengkhususkan diri dalam produksi dan distribusi berbagai jenis makanan ringan dan minuman. Beberapa

produk terkenal mereka termasuk keripik, snack, kacang, beberapa produk unggul mereka adalah keripik singkong Garuda dan berbagai jenis kacang dengan merek Garuda. Selain makanan ringan, Garudafood juga memproduksi minuman termasuk minuman berperasa yang mungkin berupa produk susu atau minuman non-susu.

Perusahaan ini memiliki reputasi yang kuat di pasar Indonesia dan telah berkembang menjadi salah satu pemain utama dalam industri makanan dan minuman di negara tersebut. PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk juga terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai perusahaan publik, yang menunjukkan keterbukaannya dalam hal laporan keuangan dan tata kelola perusahaan. Garudafood telah membangun reputasi yang kuat dalam industri makan dan minuman di Indonesia dengan fokus pada kualitas produk dan inovasi, serta komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.

4.2.8 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk adalah salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang bergerak di industri makanan dan minuman. Didirikan Indofood CBP merupakan anak perusahaan dari Indofood Sukses Makmur Tbk, salah satu perusahaan makanan terbesar di Indonesia. Indofood Sukses Makmur awalnya didirikan pada tahun 1990, dan Indofood CBP menjadi entitas tersendiri yang fokus pada produk konsumen dan distribusi makanan dan minuman.

Produk makanan Indofood CBP memproduksi berbagai macam produk makanan termasuk mie instan (seperti Indomie), biskuit, susu, makanan ringan, dan makanan olahan lainnya. Produk minuman perusahaan ini juga memproduksi minuman, termasuk minuman ringan, jus, dan produk susu.

Indofood CBP bertujuan untuk menjadi perusahaan makanan dan minuman terkemuka dengan menyediakan produk berkualitas tinggi dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen diberbagai segmen pasar. Perusahaan ini berkomitmen untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui produk yang aman, bergizi, dan berkualitas.

Indofood CBP memainkan peran penting dalam industri makanan dan minuman di Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan investasi dalam infrastruktur produksi dan distribusi. Secara keseluruhan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk merupakan salah satu perusahaan besar di sektor makanan dan minuman, dengan portofolia produk yang luas dan strategi bisnis yang fokus pada inovasi serta ekspansi pasar.

4.2.9 PT Indofood Sukses Makmur Tbk

PT Indofood Sukses Makmur Tbk adalah salah satu perusahaan makanan terbesar di Indonesia. Didirikan pada tahun 1990, perusahaan ini memiliki berbagai lini bisnis yang mencakup produksi mie instan, makanan ringan, produk susu, minuman, bumbu masak, dan makanan olahan lainnya.

Produk dan Merek Indofood dikenal luas karena produk mie instannya yang terkenal, yaitu Indomie. Selain Indomie, perusahaan ini juga memiliki berbagai merek lain seperti Supermi, Pop Mie, dan berbagai produk makanan lainnya.

Diversifikasi Usaha Selain fokus pada produk makanan dan minuman, Indofood juga memiliki bisnis di sektor agribisnis, distribusi, dan pengemasan. Mereka memiliki berbagai anak perusahaan yang mendukung operasionalnya di seluruh Indonesia.

1. Ekspansi Internasional: Indofood tidak hanya beroperasi di Indonesia, tetapi juga memiliki kehadiran internasional yang kuat. Produk-produknya diekspor ke berbagai negara, menjadikannya salah satu merek Indonesia yang paling dikenal di pasar global.
2. Sumber Daya dan Infrastruktur: Indofood memiliki infrastruktur produksi yang luas, termasuk pabrik dan fasilitas distribusi yang tersebar di berbagai lokasi. Hal ini memungkinkan mereka untuk memenuhi permintaan pasar secara efisien.
3. Komitmen terhadap Kualitas dan Inovasi: Perusahaan ini berkomitmen untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk-produk baru dan meningkatkan kualitas produk yang ada, untuk memenuhi selera konsumen yang selalu berubah.

4. Tanggung Jawab Sosial: Indofood juga aktif dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, dengan berbagai program yang mendukung kesejahteraan masyarakat, pendidikan, dan keberlanjutan lingkungan.

Dengan keberagaman produk dan komitmen terhadap kualitas, Indofood Sukses Makmur terus menjadi pemain utama di industri makanan dan minuman, baik di tingkat nasional maupun internasional.

4.2.10 PT Nippon Indosari Carpindo Tbk

PT Nippon Indosari Corpindo Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan, khususnya dalam produksi roti. Perusahaan ini dikenal dengan merek dagangnya yang terkenal, yaitu Sari Roti.

Sejarah dan Pendirian didirikan pada tahun 1995, perusahaan ini memulai produksi komersial pertamanya pada tahun 1996. Sejak itu, Sari Roti telah berkembang menjadi salah satu merek roti terkemuka di Indonesia. Produk PT Nippon Indosari Corpindo Tbk memproduksi berbagai jenis roti, termasuk roti tawar, roti isi, roti manis, dan produk pastry lainnya. Sari Roti dikenal dengan kualitas dan rasanya yang konsisten. Jangkauan Distribusi Sari Roti memiliki jaringan distribusi yang luas di seluruh Indonesia, menjangkau supermarket, minimarket, toko kelontong, dan pedagang kaki lima. Ini memastikan produk mereka mudah diakses oleh konsumen di berbagai lokasi.

1. Pabrik dan Produksi: Perusahaan ini memiliki beberapa pabrik yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk di Cikarang, Semarang, Medan,

dan Makassar. Fasilitas produksi ini dilengkapi dengan teknologi canggih untuk menjaga kualitas dan efisiensi.

2. Ekspansi dan Inovasi: PT Nippon Indosari Corpindo Tbk terus berinovasi dalam mengembangkan produk-produk baru dan meningkatkan kapasitas produksinya untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Mereka juga berupaya memperluas pasar ke luar negeri.
3. Komitmen terhadap Kualitas: Perusahaan ini berfokus pada pengendalian kualitas yang ketat untuk memastikan setiap produk yang sampai ke tangan konsumen aman dan lezat. Mereka mengikuti standar internasional dalam proses produksinya.
4. Tanggung Jawab Sosial: PT Nippon Indosari Corpindo Tbk juga aktif dalam berbagai kegiatan sosial, termasuk program bantuan pangan, pendidikan, dan kegiatan amal lainnya sebagai bagian dari komitmen tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Dengan keunggulan dalam kualitas dan distribusi yang luas, PT Nippon Indosari Corpindo Tbk terus mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemimpin pasar di industri roti Indonesia.

4.2.11 PT Industri Jamu dan Farmasi Sido muncul Tbk

PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk adalah salah satu perusahaan jamu dan farmasi terbesar di Indonesia. Didirikan pada tahun 1940,

perusahaan ini memiliki sejarah panjang dalam memproduksi jamu dan produk kesehatan berbahan dasar alami.

1. Sejarah dan Latar Belakang: Sido Muncul didirikan oleh Rahmat Sulistyo di Yogyakarta, dan kemudian pindah ke Semarang. Awalnya, perusahaan ini memproduksi jamu secara tradisional, tetapi seiring waktu berkembang menjadi salah satu produsen jamu modern terbesar di Indonesia.
2. Produk: Sido Muncul terkenal dengan produk jamu tradisionalnya, seperti Tolak Angin, yang merupakan produk unggulannya. Selain itu, perusahaan ini juga memproduksi berbagai jenis jamu lainnya, suplemen kesehatan, minuman kesehatan, dan produk farmasi.
3. Inovasi dan Modernisasi: Sido Muncul telah melakukan modernisasi dalam proses produksi dengan menggunakan teknologi canggih untuk memastikan produk mereka aman dan berkualitas tinggi. Mereka juga terus melakukan penelitian dan pengembangan untuk menciptakan produk-produk baru.
4. Pabrik dan Fasilitas: Perusahaan ini memiliki fasilitas produksi yang besar dan modern di Ungaran, Jawa Tengah. Pabrik ini dilengkapi dengan teknologi mutakhir untuk memastikan standar kualitas dan efisiensi dalam produksi.
5. Ekspansi Pasar: Selain pasar domestik, Sido Muncul juga telah mengeksport produknya ke berbagai negara di Asia, Eropa, Amerika, dan Timur Tengah. Ekspansi ini menunjukkan daya saing dan kualitas produk mereka di pasar global.

6. **Komitmen terhadap Kualitas:** Sido Muncul berkomitmen untuk menjaga kualitas produknya dengan mengikuti standar internasional dalam proses produksi dan pengendalian mutu. Mereka juga berfokus pada penggunaan bahan-bahan alami yang aman dan efektif.
7. **Tanggung Jawab Sosial:** Sido Muncul aktif dalam berbagai kegiatan sosial, termasuk program kesehatan, pendidikan, dan lingkungan, sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Dengan fokus pada kualitas dan inovasi, PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk terus mempertahankan posisinya sebagai pemimpin di industri jamu dan kesehatan di Indonesia.

4.2.12 PT Unilever Indonesia Tbk

PT Unilever Indonesia Tbk adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang barang konsumen. Perusahaan ini merupakan bagian dari Unilever, sebuah perusahaan multinasional yang berbasis di Inggris dan Belanda. Unilever Indonesia memproduksi dan mendistribusikan berbagai macam produk yang dibagi ke dalam beberapa kategori, termasuk:

- 1 .Produk Kebutuhan Rumah Tangga: Ini mencakup produk-produk seperti deterjen, pembersih lantai, dan produk perawatan rumah lainnya.
- 2 .Produk Perawatan Pribadi: Termasuk sabun, sampo, pasta gigi, deodoran, dan produk-produk perawatan tubuh lainnya.

3. Makanan dan Minuman: Unilever Indonesia juga memproduksi es krim, margarin, bumbu masak, dan berbagai produk makanan lainnya.

Unilever Indonesia didirikan pada tahun 1933 dan berkantor pusat di Jakarta. Perusahaan ini terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan memiliki jaringan distribusi yang luas di seluruh Indonesia. Selain fokus pada bisnis, Unilever Indonesia juga berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui berbagai inisiatif keberlanjutan dan program sosial.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Data Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini akan menjelaskan hasil data penelitian dari variabel struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan pada nilai perusahaan, perusahaan manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

5.1.1 Struktur Modal

Berdasarkan hasil perhitungan sesuai dengan rumus dan data yang didapatkan peneliti seperti dibawah ini:

Tabel 5.1
Struktur Modal Periode 2020-2023

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	0,130136608	0,116699785	0,141614381	0,142852522
2	CEKA	0,116699785	0,141614381	0,142852522	0,153003306
3	CLEO	0,2234599432	0,108541891	0,1530033306	0,29284201
4	COCO	0,387374339	0,306172953	0,029284201	2.512356981
5	DLTA	0,693920814	1,37430653	2,512356981	0,29284201
6	FOOD	0,295541207	0,306172953	0,29284201	1,379920107
7	GOOD	1,434697671	1,455793958	1,379920107	0.90052765
8	ICBP	1,23271719	1,186332469	0, 90052765	0,920440555
9	INDF	1,57498055	1,006255493	0,920440555	0,587244806
10	ROTI	1,170320011	0,297231842	0,857244806	0,647642016
11	SIDO	0,249735113	0,540498813	0,647642016	0,149076726
12	UNVR	0,172213524	0,16430498	0,149076726	0,149084478

(Sumber: data diolah oleh peneliti,2024)

5.1.2 Profitabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan sesuai dengan rumus dan data yang didapatkan penelitian seperti dibawa ini :

Tabel 5.2
Profitabilitas periode 2020-2022

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	0.040525251	0.087222218	0.112875159	0.117041792
2	CEKA	0.116050061	0.110208791	0.1239017	0.081103097
3	CLEO	0.101280167	0.134041045	0.115498153	0.133165912
4	COCO	0.010381357	0.023018594	0.013648845	0.277971862
5	DLTA	0.101207838	0.143689508	0.176110818	0.164806164
6	FOOD	0.134393142	0.119772122	5.382994267	0.277971862
7	GOOD	0.038886892	0.062782862	0.058030119	78.14156564
8	ICBP	0.063587349	0.04260905	0.035243461	0.043663156
9	INDF	0.048302485	0.067125359	0.104645687	0.084516174
10	ROTI	0.242632061	0.30988137	0.270667573	0.244338174
11	SIDO	0.348851443	0.301971227	0.292866449	0.28810101
12	UNVR	0.039571962	0.04260905	0.035243461	0.043663156

(Sumber: data diolah oleh peneliti,2024)

5.1.3 Pertumbuhan Penjualan

Berdasarkan hasil perhitungan sesuai dengan rumus dan data yang didapatkan peneliti seperti yang ditulis dibawah ini:

Tabel 5.3
Pertumbuhan Penjualan periode 2020-2023

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	-0.070283558	0.065332355	9.245780338	175.6409866
2	CEKA	0.617196362	0.474684135	-0.997783137	532.4021711
3	CLEO	-0.106592273	0.134567426	0.042338257	0.538310747

4	COCO	3.498818937	0.134567426	0.231249831	0.538310747
5	DLTA	659.5150187	0.249147813	0.143185117	-0.053811888
6	FOOD	748973.3825	-0.031754691	-0.049623179	-0.108345202
7	GOOD	914766945.3	0.139933535	0.194482343	0.00310436
8	ICBP	1101.711275	0.217891438	0.140726367	0.048032474
9	INDF	1066.087971	0.215512448	0.115603025	0.007879968
10	ROTI	962550.5571	1022.532963	0.196968681	-0.029134462
11	SIDO	0.566946161	0.205542585	-0.038661471	-0.077503872
12	UNVR	1000.152622	-0.079737438	0.042303235	-0.063259359

(Sumber: data diolah oleh peneliti,2024)

5.1.4 Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan sesuai dengan rumus dan data yang didapatkan peneliti seperti yang ditulis dibawah ini:

Tabel 5.4
Ukuran perusahaan periode 2020-2023

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	27,7143265	27,76839814	27,70313474	27,7160295
2	CEKA	28,07997591	28,1611124	28,172349	28,269488019
3	CLEO	27,92977782	27,92977782	28,15783245	28,46228877
4	COCO	26,29828426	26,37072319	26,90752691	26,99417815
5	DLTA	20,92668078	20,99231698	20,99114285	20,91 227333
6	FOOD	25,45235342	25,39136719	25,3511481	24,65497177
7	GOOD	29,52878242	29,5430202	29,62263803	29,63623843
8	ICBP	18,45593519	18,58675967	18,563096	18,59687587
9	INDF	18,91009793	19,00488429	19,01087174	19,04441331
10	ROTI	29,12441199	29,06402835	29,04937639	29,00309444
11	SIDO	15,16345798	15,22196092	15,22196092	15,17410119
12	UNVR	16,83762338	16,76355	16,72340096	16,62876642

(Sumber: data diolah oleh peneliti,2024)

5.1.5 Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan sesuai dengan rumus dan data yang didapatkan peneliti seperti yang ditulis dibawah ini:

Tabel 5.5
Nilai Perusahaan periode 2020-2025

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	1.27	1.46	1.37	1.22
2	CEKA	8.74	7.96	7.35	7.14
3	CLEO	0.50	0.46	0.46	0.44
4	COCO	10.31	4.58	2.36	1.00
5	DLTA	55613.64	44443.91	45838.51	41944.06
6	FOOD	1.29	1.76	1.51	4.17
7	GOOD	0.00	0.00	0.17	0.14
8	ICBP	717158.84	613720.55	688660.60	718854.19
9	INDF	149358.13	135288.85	141846.13	1501714.05
10	ROTI	0.56	0.55	0.53	0.45
11	SIDO	509231.86	544675.68	468700.43	337720.92
12	UNVR	70538.09	406846.67	492867.73	379132.30

(Sumber: data diolah peneliti, 2024)

5.2 Analisi dan Pengujian Hipotesisi

5.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan diterapkan menilai data dengan menjelaskan informasi seperti yang telah dikumpulkan, tanpa berusaha untuk menarik penilaian yang luas atau umum. Statistik deskriptif membagikan ringkasan data berdasarkan mean, standart deviasi, maksimum, dan minimum.

Tabel 5.6
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER	48	-2.22	7.14	-.5675	1.64306
ROA	48	-4.57	4.36	-2.1470	1.39566
Total Asset	48	14.27	24.07	21.0341	1.55363
Sales Growt	48	-5.77	20.63	.3646	5.31272
PBV	48	-19.16	11.42	4.3776	5.82313
Valid N (listwise)	48				

(Sumber: Output SPSS,2025)

1. Hasil pengujian Deskriptif dengan sampel 48 menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Struktur Modal adalah sebesar -2.22. Nilai Maksimum (tertinggi) sebesar 7.14. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Struktur Modal berkisaran antara -2.22 sampai 7.14 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar -5687 dan nilai standar deviasi sebesar 1.64306.
2. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 48 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Profitabilitas adalah sebesar -4.57. Nilai maksimum tertinggi sebesar 4.36. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Profitabilitas berkisaran diantara -4.57 sampai 4.36 dengan nilai rata-rata (mean) -2.1470 dan nilai standar devisi sebesar 1.39566.
3. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 48 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Ukuran Perusahaan adalah sebesar 14.27. Nilai maksimum tertinggi sebesar 24.07. Hal ini menunjukkan bahwa nilai

Ukuran Perusahaan berkisaran diantara 14.27 sampai 25.07 dengan nilai rata-rata (mean) 21.0341 dan nilai standar devisi sebesar 1.5363

4. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 48 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Pertumbuhan Penjualan adalah sebesar -5.77. Nilai maksimum tertinggi sebesar 20.63. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Pertumbuhan Penjualan berkisaran diantara -5.77 sampai 20.63 dengan nilai rata-rata (mean) 3646 dan nilai standar devisi sebesar 5.31272.
5. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 48 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Nilai Perusahaan adalah sebesar -19.16. 1Nilai maksimum tertinggi sebesar 11.42. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Nilai Perusahaan berkisaran diantara -19.16 sampai 11.42 dengan nilai rata-rata (mean) 4.3776 dan nilai standar devisi sebesar 5.82313.

5.2.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik mengakup 4 macam uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autorelasi dan uji heteroskedasitas. Dibawah ini akan dijelaskan 4 uji yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS.

Menurut Ghozali (2020) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*asymtotic significance*), yaitu:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak terdistribusi normal.

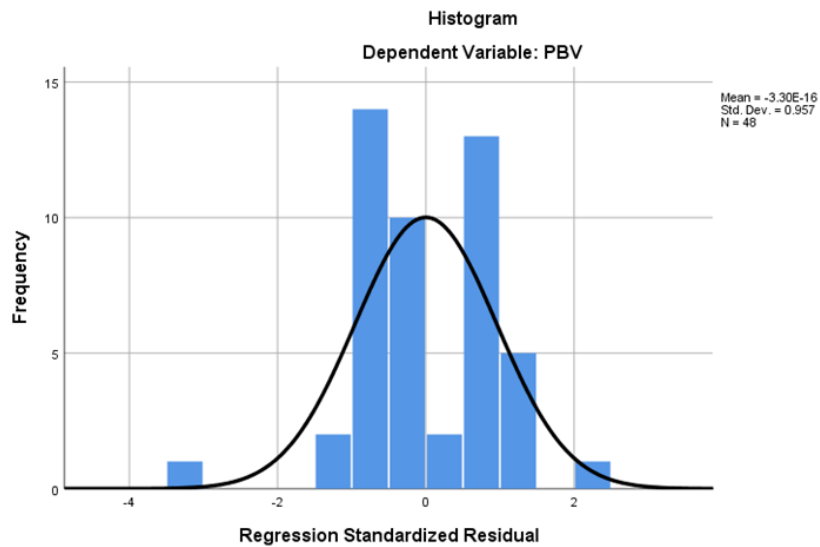
Tabel 5.7

**Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.50277514
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.095
	Negative	-.124
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.063 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

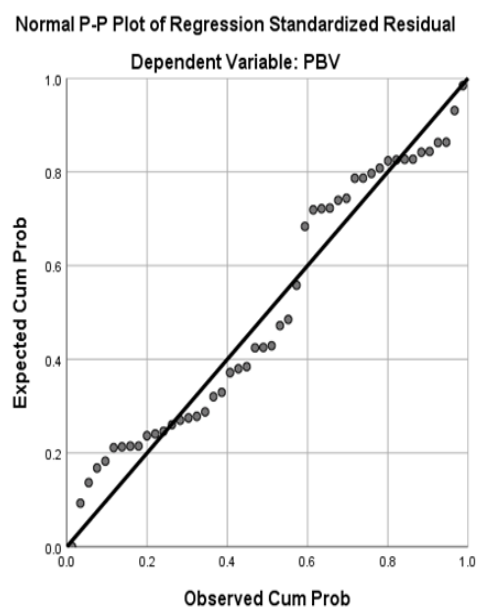
(sumber: Output SPSS, 2025)

Gambar 5.1
Histogram Uji Normalitas



Berdasarkan gambar histogram diatas menunjukan tidak terdapat nilai yang condong ke kanan maupun ke kiri sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

Gambar 5.2
Plot Uji Normalitas



Berdasarkan plot normalitas diatas dapat diketahui bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.063 lebih besar dari 0.05. membuktikan bahwa data berdistribusi normal dan dapat dilanjutkan uji heteroskedastisitas, serta uji autokolerasi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah metode statistik yang digunakan untuk mendeteksi keberadaan ketergantungan linier yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam suatu model regresi. Multikolinieritas dapat terjadi ketika ada korelasi yang kuat antara variabel-variabel independen, yang dapat mengganggu interpretasi dan keandalan hasil regresi.

Jika nilai VIF < 10.00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, sebaliknya Jika nilai VIF > 10.00 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 5.8
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.089	9.777		.521	.605		
	DER	-1.535	.468	-.433	-3.281	.002	.797	1.254
	ROA	-.930	.504	-.223	-1.845	.072	.953	1.049
	Total Asset	-.165	.454	-.044	-.363	.718	.949	1.054
	Sales Growt	-.315	.147	-.287	-2.134	.039	.769	1.301
a. Dependent Variable: PBV								

(Sumber: Output SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditampilkan pada Tabel 5.8, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 dan nilai Tolerance mendekati 1. Nilai VIF tertinggi adalah sebesar 1.301 dan nilai Tolerance terendah sebesar 0.769. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi (autocorrelation test) adalah metode yang digunakan untuk memeriksa keberadaan ketergantungan linier antara pengamatan-pengamatan dalam suatu urutan waktu atau dalam suatu data yang terkait secara kronologis. Autokorelasi terjadi jika terdapat korelasi antara nilai-nilai

pengamatan pada waktu yang berbeda dalam urutan waktu atau antara pengamatan-pengamatan terkait dalam suatu data.

Jika nilai d (durbin watson) lebih kecil dari -2 berarti terdapat auto kolerasi positif. Jika nilai d (durbin watson) terletak antara -2 dan +2 berarti tidak terdapat autokolerasi. Jika nilai d (durbinw atson) lebih besar dari +2 berarti terdapat auto kolerasi negatif

Tabel 5.9
Hasil Uji Autokolelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.731 ^a	.535	.491	3.28880	1.618
a. Predictors: (Constant), LAG_X4, LAG_X3, LAG_X2, LAG_X1					
b. Dependent Variable: LAG_Y					

(Sumber: Ouput SPSS, 2025)

Dari output spss diatas diketahui nilai R = 0.731 Ini adalah nilai korelasi antara variabel prediktor (LAG_X1 s.d. LAG_X4) dengan variabel dependen (LAG_Y). Artinya ada korelasi yang cukup kuat. R Square = 0.535 Sebesar 53,5% variasi dari variabel LAG_Y dapat dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel LAG_X1 sampai LAG_X4. Adjusted R Square = 0.491 Menunjukkan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen yang digunakan, yakni 49,1% variasi variabel dependen dijelaskan oleh model. Std. Error of the Estimate = 3.28880. Durbin-Watson = 1.618. Nilai ini digunakan untuk mendeteksi autokorelasi

Dalam output ini, nilai Durbin-Watson = 1.618, yang masih cukup dekat dengan 2. Karena berada di antara 1,5 dan 2,5, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi dalam model ini.

Uji Heteroskedastitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat varians data konstan (Homokedastis) atau tidak (heteroskedastis). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji White (White Test), Pengujian terhadap gejala heteroskedastisitas dapat dengan cara meregresi residual kuadrat dengan variabel bebas, variabel bebas kuadrat dan perkalian variabel bebas. Ini dilakukan dengan membandingkan χ^2 dan χ^2 tabel hitung, apabila χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel maka terjadi heteroskedastisitas, dan sebaliknya apabila χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5.10
Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.251 ^a	.063	-.024	40.54592
a. Predictors: (Constant), X4_Kuadrat, X2_Kuadrat, X3_Kuadrat, X1_Kuadrat				

(Sumber: Output SPSS, 2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai R Square sebesar 0.063 dengan jumlah data observasi (n) 48, maka besarnya χ^2 hitung $48 \times 0.063 = 3.024$ sedangkan χ^2 tabel dengan Df = (n-k) = 48 - 4 = 44 dengan tingkat signifikan 0.05 maka nilai χ^2 tabel sebesar 60.481. Jadi nilai uji white χ^2 hitung $<$ χ^2 tabel atau

3.024 < 60.481 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

5.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independent (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Hasil dari pengujian analisis regresi linear berganda pada tabel berikut:

Tabel 5.11

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.089	9.777		.521	.605
	DER	-1.535	.468	-.433	-3.281	.002
	ROA	-.930	.504	-.223	-1.845	.072
	Total Asset	-.165	.454	-.044	-.363	.718
	Sales Growt	-.315	.147	-.287	-2.134	.039
a. Dependent Variable: PBV						

(Sumber: Output SPSS, 2025)

Untuk menentukan persamaan regresi berganda dilakukan analisis koefisien regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

$$Y = 5.089 - 1.535 X_1 - 0.930 X_2 - 0.315 X_3 - 0.165 X_4$$

Dimana:

$X_1 = \text{DER}$

$X_2 = \text{ROA}$

$X_3 = \text{Sales Growt}$

$X_4 = \text{Total Asset}$

$Y = \text{PBV}$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan dengan cara berikut:

a. Konstanta

nilai konstanta Nilai Perusahaan (Y) sebesar 5.089 menunjukkan bahwa jika variabel DER, ROA, SALES GROWT dan TOTAL ASSET bernilai 0, maka nilai variabel dependen kinerja sebesar 5.089.

b. Koefisien regresi DER X_1

Pada tabel koefisien regresi DER sebesar -1.535 artinya, jika setiap variabel DER mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel PBV mengalami penurunan 1.535.

c. Koefisien regresi ROA X_2

Pada tabel koefisien regresi ROA sebesar -930 artinya, jika setiap variabel ROA mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel PBV mengalami penurunan sebesar 930.

d. Koefisien regresi *Sales Growth* X3

Pada tabel koefisien regresi *Sales Growth* sebesar -315 artinya, jika setiap variabel *Sales Growth* mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel PBV mengalami penurunan sebesar 315.

e. Koefisien regresi Total Asset X4

Pada tabel koefisien regresi Total Asset sebesar -165 artinya, jika setiap variabel Total Asset mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel PBV mengalami penurunan sebesar 165. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada diperoleh bahwa variabel DER dan *Sales Growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap PBV, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,002 dan 0,039 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan DER dan Sales Growth justru menurunkan nilai PBV.

Sementara itu, variabel ROA dan Total Asset tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV karena nilai signifikansinya masing-masing sebesar 0,072 dan 0,718 ($> 0,05$). Artinya, perubahan pada ROA dan Total Asset tidak memberikan dampak yang cukup berarti terhadap PBV dalam penelitian ini.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial dari sebagian variabel independen terhadap PBV, terutama DER dan *Sales Growth*.

5.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas (independent variable) terhadap variabel terkait (dependent variable),

biasanya ditanyakan dalam presentase. Koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

Tabel 5.12
Uji Koefisien Determinasi (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.346	4.70755
a. Predictors: (Constant), Sales Growth, Total Asset, ROA, DER				

(Sumber: Output SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,634, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel DER, ROA, Total Asset, dan Sales Growth terhadap PBV adalah cukup kuat. Nilai R Square (R^2) sebesar 0,402 menunjukkan bahwa 40,2% variasi PBV dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen tersebut, sedangkan sisanya sebesar 59,8% dipengaruhi oleh variabel variabel yang tidak diteliti.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,346 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model, pengaruh keempat variabel tersebut terhadap PBV adalah sebesar 34,6%. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik untuk menjelaskan variasi yang terjadi pada PBV.

Sementara itu, nilai Standard Error of the Estimate sebesar 4,70755 menunjukkan tingkat kesalahan dalam memprediksi nilai PBV, yang berarti rata-rata prediksi model memiliki deviasi sekitar 4,71 dari nilai aktual.

5.2.5 Uji F

Uji F simultan (simultaneous F-test) adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji secara bersama-sama apakah sekelompok variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen dalam suatu model regresi linear berganda. Uji ini bertujuan untuk memeriksa hipotesis nol bahwa koefisien regresi dari seluruh variabel independen adalah nol secara bersama-sama.

Tabel 5.13

Uji F Simultan

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640.790	4	160.198	7.229	.000 ^b
	Residual	952.924	43	22.161		
	Total	1593.714	47			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), Sales Growth, Total Asset, ROA, DER						

(Sumber: Output SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 7,229 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel DER, ROA, Total Asset, dan Sales Growth secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

PBV. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

5.2.6 Uji T Parsial

Uji t parsial (parsial t-test) adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu variabel independen tertentu secara signifikan mempengaruhi variabel dependen dalam suatu model regresi linear berganda, ketika kontrol terhadap variabel-variabel independen lainnya telah dilakukan. Uji t parsial memungkinkan kita untuk mengevaluasi kontribusi individu dari variabel independen yang spesifik terhadap variabel dependen, dengan mengontrol pengaruh variabel independen lainnya.

Tabel 5.14

Output SPSS Uji T Parsial

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.089	9.777		.521	.605
	DER	-1.535	.468	-.433	-3.281	.002
	ROA	-.930	.504	-.223	-1.845	.072
	Total Asset	-.165	.454	-.044	-.363	.718
	Sales Growt	-.315	.147	-.287	-2.134	.039
a. Dependent Variable: PBV						

(Sumber: Ouput SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil uji t parsial pada Tabel 5.14 diperoleh bahwa variabel DER memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap PBV dengan nilai signifikansi $0.002 < 0.05$. Variabel Sales Growth juga menunjukkan pengaruh

negatif dan signifikan terhadap PBV dengan nilai signifikansi $0.039 < 0.05$. Sebaliknya, variabel ROA dan Total Asset tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap PBV karena nilai signifikansinya masing-masing sebesar 0.072 dan 0.718, yang lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, hanya variabel DER dan Sales Growth yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap PBV

H1: Diperoleh nilai DER (X1) thitung sebesar -3.281. Karena thitung lebih besar daripada ttabel yaitu $-3.281 > -2.017$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.002 < 0.05$, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara DER terhadap PBV

H2: Diperoleh nilai variabel ROA (X2) thitung sebesar -1.845. Karena thitung lebih kecil daripada ttabel yaitu $-1.845 < -2.017$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.072 > 0.05$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara ROA terhadap PBV

H3: Diperoleh nilai variabel Sales Growth (X3) thitung sebesar -2.134. Karena thitung lebih besar daripada ttabel yaitu $-2.134 > -2.017$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.039 < 0.05$, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Sales Growth terhadap PBV

H4: Diperoleh nilai variabel Total Asset (X4) thitung sebesar -0.363. Karena thitung lebih kecil daripada ttabel yaitu $-0.363 < -2.017$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.718 > 0.05$, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Total Asset terhadap PBV.

Tabel 5.15
Rekapitulasi Hasil Hipotesis

NO.	Hipotesis	Keterangan
1.	Pengaruh Struktur Modal (X1) secara parsial terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2020-2023.	H1. Diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Struktur Modal (X1) terhadap nilai Perusahaan (Y).
2.	Pengaruh Profitabilitas (X2) secara parsial terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.	H2. Ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara Profitabilitas (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y).
3.	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (X3) secara parsial terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.	H3. Diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Pertumbuhan Penjualan (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y).
4.	Pengaruh Ukuran Perusahaan	H4. Ditolak yang berarti tidak terdapat

	(X4) secara parsial terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.	pengaruh yang signifikan antara Ukuran Perusahaan (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y).
5.	Pengaruh Struktur modal (X1), Profitabilitas (X2), Pertumbuhan Penjualan (X3), dan Ukuran Perusahaan (X4) secara simultan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Perusahaan Manufaktur subsektor makan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.	H5. Diterima yang berarti terdapat pengaruh Struktur Modal (X1) dan Pertumbuhan Penjualan (X3) secara simultan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

5.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa mengenai pengaruh variabel-variabel independen terhadap nilai perusahaan (*Price Book Value/PBV*):

Pengaruh Variabel Bebas: Nilai R Squared yang diperoleh sebesar 0,346 atau 34,6% menunjukkan bahwa variabel-variabel independen, yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Assets* (ROA), Total Asset, *Sales Growth*, dan Ln

total aset secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap nilai perusahaan sebesar 34,6%. Hal ini mengindikasikan bahwa ada faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 65,4%

Uji F: Hasil Uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} ($F_{hitung} > 2,59$) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Ini mengindikasikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen terhadap variabel terikat (Nilai Perusahaan). Dengan kata lain, kombinasi dari DER, ROA, Total Asset, *Sales Growth*, dan Ln total aset secara bersama-sama berkontribusi terhadap perubahan dalam nilai perusahaan.

Analisis Hipotesis: Meskipun terdapat pengaruh signifikan secara simultan, hipotesis yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi nilai perusahaan ditolak. Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya dua variabel, yaitu Struktur Modal (X_1) dan Pertumbuhan Penjualan (X_3), yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini berarti bahwa meskipun ada pengaruh dari variabel lainnya, kontribusi nyata terhadap nilai perusahaan hanya berasal dari kedua variabel tersebut

Dibawah ini adalah penjelasan terkait dengan hipotesisi awal yang peneliti duga dan hasil analisis yang dilakukan, antara lain:

1. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil yang dilakukan bahwa Struktur Modal yang diukur dengan DER hasil menunjukkan nilai t_{hitung} -3.281. karena t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $-3.281 > -2.017$ dan nilai (sig) $0.002 < 0.05$ maka dapat

diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara DER terhadap PBV. Dapat dijelaskan bahwa DER berpengaruh terhadap PBV. DER menentukan naik/turunnya nilai perusahaan dimana suatu kondisi sebuah perusahaan dapat menggunakan kombinasi utang dan ekuitas secara ideal, yaitu dengan menyeimbangkan nilai perusahaan dan biaya atas struktur modalnya (Tumangkeng, 2018). Hasil penelitian dari (Eka Dela dan Mafizatul, 2022) yang menunjukkan bahwa DER tidak berpengaruh signifikan pada Nilai Perusahaan. Namun hasil penelitian (Haryanto, N Laila & Triyonowati, 2023), (Marthin Hutagalung, 2023) dan (Andini Apriliana, 2023) menjelaskan bahwa DER berpengaruh dan signifikan terhadap PBV, maka dapat dijelaskan bahwa hasil sejalan.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung dari variabel ROA yaitu t hitung $-1.845 < t \text{ tabel } -2.017$ dan $\text{sig } 0.072 > 0.05$, Teori ini akan dapat digunakan untuk memutuskan kebijakan manajemen. Dapat dijelaskan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap PBV. Kinerja keuangan yang diukur melalui ROA tidak cukup kuat untuk mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan (PBV). Oleh karena itu, (Kasmir, 2019) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah ukuran yang dapat mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam setiap periodenya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Haryanto, 2022), (Afida, N Laila & Triyonowati, 2022), (Marthin Hutagalung, 2023), dan (Andini Apriliana, 2023) bahwa ROA berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil

dari penelitian ini menunjukkan bahwa ROA tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan maka menunjukkan hasil tidak sejalan.

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung dari variabel *sales growt* yaitu t hitung $-2.134 > t$ tabel -2.017 dan nilai sig $0.039 < 0,05$. Teori ini akan dapat digunakan untuk memutuskan kebijakan manajemen. Dapat dijelaskan bahwa *Sales Growt* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini mungkin mencerminkan bahwa peningkatan dalam pertumbuhan penjualan dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dalam konteks tertentu *Sales Growt* merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan manajerial untuk mencapai tujuan peningkatan nilai perusahaan. (R Imawan & T Triyonowati 2021)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Haryonto, 2022) dan (Afida, N Laila & Triyonowati, 2023) menunjukkan bahwa *Sales Growt* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Sales Growt* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan maka menunjukkan hasil tidak sejalan.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung dari variabel Ln total aset yaitu t hitung $-0.363 < t$ tabel -2.017 dan sig $0.718 > 0.05$, Teori ini akan dapat digunakan untuk memutuskan kebijakan manajemen. Dapat dijelaskan bahwa Ln total aset dianggap lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan untuk operasionalnya. Dengan semakin banyak dan semakin baiknya sumber dana yang

diperoleh, operasionalnya perusahaan dapat berjalan maksimal sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Haryonto,2022) menunjukkan bahwa Ln total aset tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa Ln total aset tidak berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan maka menunjukkan hasil sejalan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makan Dan Minuman Di BEI Periode 2020-2023. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Struktur Modal (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
2. Profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Penjualan (*sales growth*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Ukuran perusahaan (total aset) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Secara simultan, variabel struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

6.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, jadi dalam kesempatan ini penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

khususnya yang bergerak di bidang makanan dan minuman, diharapkan tidak hanya fokus pada struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan aset semata, melainkan juga memperhatikan faktor-faktor lain seperti inovasi produk, kepuasan pelanggan, manajemen risiko, tata kelola perusahaan yang baik, serta strategi jangka panjang dalam meningkatkan nilai perusahaan.

2. Para Investor

Sebelum berinvestasi sebaiknya mengamati perkembangan kinerja perusahaan melalui rasio-rasio keuangannya dan faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yang terjadi di pasar modal agar pada saat melakukan investasi memperoleh keuntungan yang diharapkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

disarankan untuk menambah jumlah sampel, variabel dan periode peneliti yang digunakan dalam penelitian ini agar hasilnya lebih akurat untuk mewakili kondisi perusahaan yang sedang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Afida, N. L., & Triyonowati, T. 2023. "PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 12.
- Avisya, V. F. 2020. "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018)." Universitas Muhammadiyah Magelang.
- B Sumago. 2020. *Teknik Sampling*. Jakarta Timur: Unj press.
- Bambang, Sugeng. 2017. *Manajemen Keuangan Fundamental*. Yogyakarta: Deepublish.
- Brigham, E. F & Joel, F. H. 2001. *Manajemen Keuangan*. 8th ed. Jakarta: Erlangga.
- Brigham, Eugene F., dan Joel F. Houston. 2014. *Essentials of Financial Management*. 3rd Editio. Singapore: Cengage Learning.
- D Sjahrial. 2009. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacan Media.
- Denok, Priadana dan. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- dkk, Noviani. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8.
- G Mardiatmoko. 2020. "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum l.]). BAREKENG." *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjito, A. & Martono. 2013. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Haryanto, H. 2022. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Property"
- Hery, S.E., M. S. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. edited by Adipramono. PT Grasindo.
- Hoasana. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan Fundamentals of*

Financial Management. 13th ed. Jakarta: Salemba Empat.

- I G P A O Yunita, Artini S. & Gede L. 2019. "Peran Struktur Modal Sebagai Mediator Antara Pertumbuhan Perusahaan Dan Nilai Perusahaan." Udayana University.
- I M E Pelealu, Van Rate, P., & Sumarauw, J. S. 2022. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. Jurnal EMBA." : : *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10.
- Indrarini Silvia. 2019. *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Jogiyanto. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. 6th ed. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. 12 th. Rajawali Press.
- L Z Nasution & Sulisty S. 2016. "Pengaruh Volume Perdagangan Saham, Frekuensi Perdagangan Saham, Volatilitas Harga Saham, Dan Kapitalsiasi Pasar Terhadap Return Saham Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*. Volume 4.
- M F Tumangkeng & Mildawati T. 2018. "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 7.
- M Waruwu. 2023. "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7.
- Permatasari C. D. & Fitria, A. 2020. "Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 10.
- R Imawan & T Triyonowati. 2021. "Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Ritel Di BEI." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)* 10:1.
- Rahma, D. M., & Lastanti, H. S. 2023. "Pengaruh Perataan Laba Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Risiko Pasar Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Akuntansi Trisakti*.
- Rahmatiah, S. A., Abbas, M. A. Y., & Pardede. P. P. n.d. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERAPAN AKUNTANSI BERBASIS

AKRUAL DALAM PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN PADA
BADAN KEUANGAN DAN ASET DAERAH KABUPATEN PASER
TAHUN 2020.”

LAMPIRAN

DER

Nama perusahaan	Tahun	Total hutang	Total aset	Der
CAMP	2020	125.161.736.939	961.771.929.702	0.130136608
	2021	119.786.398.572	1.026.449.179.891	0.116699785
	2022	133.323.429.397	941.454.031.015	0.141614381
	2023	136.086.922.155	952.639.271.054	0.142852522
CEKA	2020	305.958.833.204	1.260.714.994.864	0.116699785
	2021	310.020.233.374	1.387.366.962.835	0.141614381
	2022	168.244.583.827	1.550.042.869.748	0.142852522
	2023	251.275.135.465	1.642.285.662.293	0.153003306
CLEO	2020	416.194.010.942	894.746.110.680	0.223459432
	2021	346.601.683.606	894.746.110.680	0.108541891
	2022	306.410.502.00	1.000.775.865	0.153003306
	2023	273.635.750	934.414.260	0.29284201
COCO	2020	151.685.431.882	112.068.982.561	0.387374339
	2021	151.852.174.493	218.832.136.935	0.306172953
	2022	280.761.324.746	204.293.087.838	0.29284201
	2023	378.368.666.566	150.603.066.920	2.512356981
DLTA	2020	205.681.950	1.019.898.963	0.693920814
	2021	298.548.048	1.010.174.017	1.37430653
	2022	306.410.502	1.000.775.865	2.512356981
	2023	273.635.750	934.414.260	0.29284201
FOOD	2020	56.950.719.933	56.241.516.258	0.295541207
	2021	62.754.664.235	43.740.688.728	0.306172953
	2022	60.641.748.902	41.655.447.592	0.29284201
	2023	29.567.169.865	21.426.725.878	1.379920107
GOOD	2020	3.713.983.005.151	2.956.960.513.53	1.434697671
	2021	3.735.944.249.731	3.030.658.030.412	1.455793958
	2022	3.975.927.432.106	3.351.444.502.184	1.379920107
	2023	3.518.496.516.469	3.909.211.386.219	0.900052765
ICBP	2020	53.270.272	50.318.053	1.23271719
	2021	63.342.765	54.723.863	1.186332469
	2022	57.832.529	57.473.007	0.900052765
	2023	57.163.043	62.104.003	0.920440555
INDF	2020	83.998.472.00	79.138.044	1.157498055
	2021	92.724.082	86.632.111	1.006255493
	2022	86.810.262	93.623.038	0.920440555
	2023	86.123.006	100.464.891	0.857244806
ROTI	2020	1.224.495.624.254	3.227.671.047.731	1.070320011
	2021	1.224.495.624.254	2.849.419.530.726	0.927231842
	2022	1.449.163.007.319	2.681.158.538.764	0.857244806
	2023	1.550.086.849.761	2.393.431.575.281	0.647642016
SIDO	2020	627.776	3.221.740	0.429735113
	2021	597.785	3.471.185	0.540498813
	2022	575.967	3.505.475	0.647642016
	2023	504.765	3.385.941	0.149076726
UNVR	2020	627.776	3.221.740	0.172213524
	2021	597.785	3.471.185	0.16430498
	2022	575.967	3.505.475	0.149076726
	2023	504.765	3.385.765	0.149084478

HASIL PERHITUNGAN KINERJA KEUANGAN
STRUKTUR MODAL PERIODE 2020-2023.

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	0,130136608	0,116699785	0,141614381	0,142852522
2	CEKA	0,116699785	0,141614381	0,142852522	0,153003306
3	CLEO	0,2234599432	0,108541891	0,1530033306	0,29284201
4	COCO	0,387374339	0,306172953	0,029284201	2.512356981
5	DLTA	0,693920814	1,37430653	2,512356981	0,29284201
6	FOOD	0,295541207	0,306172953	0,29284201	1,379920107
7	GOOD	1,434697671	1,455793958	1,379920107	0.90052765
8	ICBP	1,23271719	1,186332469	0, 90052765	0,920440555
9	INDF	1,57498055	1,006255493	0,920440555	0,587244806
10	ROTI	1,170320011	0,297231842	0,857244806	0,647642016
11	SIDO	0,249735113	0,540498813	0,647642016	0,149076726
12	UNVR	0,172213524	0,16430498	0,149076726	0,149084478

PROFITABILITAS

Nama perusahaan	Tahun	Laba bersih	Total Aset	ROA
CAMP	2020	44.045.828.131	1.086.873.666.641	0,040525251
	2021	100.066.615.090	1.147.260.611.704	0,087222218
	2022	121.257.336.904	1.074.260.611.704	0,112875159
	2023	127.426.464.539	1.088.726.193.209	0,117041792
CEKA	2020	181.812.593.992	1.566.673.828.068	0,116050061
	2021	187.066.990.085	1.697.387.196.209	0,110208791
	2022	220.704.543.072	1.781.287.453.575	0,1239017
	2023	153.574.779.624	1.893.574.779.624	0,081103097
CLEO	2020	132.772.234.495	1.310.940.121.622	0,101280167
	2021	180.711.667.020	1.348.181.576.913	0,134041045
	2022	195.598.848.689	1.693.523.611.414	0,115498153
	2023	305.779.257.892	2.296.227.711.688	0,133165912
COCO	2020	2.738.128.648	263.754.414.443	0,010381357
	2021	8.532.631.708	370.684.311.428	0,023018594
	2022	6.620.432.696	485.054.412.584	0,013648845
	2023	14.174.868.154	50.993.895.743	0,277971862
DLTA	2020	124.038.395	1.225.580.913	0,101207838
	2021	188.049.630	1.308.722.065	0,143689508
	2022	230.209.661	1.307.186.367	0,176110818
	2023	199.094.088	1.208.050.010	0,164806164
FOOD	2020	15.212.260.240	113.192.236.191	0,134393142
	2021	12.755.174.366	106.495.352.962	0,119772122
	2022	102.297.196.494	19.003.772.141	5,382994267
	2023	14.174.868.154	50.993.895.743	0,277971862
GOOD	2020	259.412.261.010	6.670.943.518.686	0,038886892
	2021	424.826.659.580	6.766.602.280.143	0,062782862
	2022	425.208.267.424	7.327.371.934.290	0,058030119
	2023	580.412.724.554	7.427.707.902	78,14156564
ICBP	2020	6.586.907	103.588.325	0,063587349
	2021	7.642.197	179.356.193	0,04260905
	2022	6.359.094	180.433.300	0,035243461
	2023	8.147.019	186.587.957	0,043663156
ROTI	2020	215.050.714.497	4.452.166.671.985	0,048302485
	2021	281.341.473.287	4.191.284.422.677	0,067125359
	2022	432.220.344.060	4.130.321.616.083	0,104645687
	2023	333.291.088.862	3.943.518.425.042	0,084516174
SIDO	2020	934.016	3.849.516	0,242632061
	2021	1.260.898,00	4.068.970	0,30988137
	2022	1.104.714	4.081.442	0,270667573
	2023	950.648	3.890.706	0,244338174
UNVR	2020	7.163.536	20.534.632	0,348851443
	2021	5.758.148	19.068.532	0,301971227
	2022	5.364.761	18.318.114	0,292866449
	2023	4.800.940	16.664.086	0,28810101

**HASIL PERHITUNGAN KINERJA KEUANGAN PROFITABILITAS
PERIODE 2020-2023**

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	0.040525251	0.087222218	0.112875159	0.117041792
2	CEKA	0.116050061	0.110208791	0.1239017	0.081103097
3	CLEO	0.101280167	0.134041045	0.115498153	0.133165912
4	COCO	0.010381357	0.023018594	0.013648845	0.277971862
5	DLTA	0.101207838	0.143689508	0.176110818	0.164806164
6	FOOD	0.134393142	0.119772122	5.382994267	0.277971862
7	GOOD	0.038886892	0.062782862	0.058030119	78.14156564
8	ICBP	0.063587349	0.04260905	0.035243461	0.043663156
9	INDF	0.048302485	0.067125359	0.104645687	0.084516174
10	ROTI	0.242632061	0.30988137	0.270667573	0.244338174
11	SIDO	0.348851443	0.301971227	0.292866449	0.28810101
12	UNVR	0.039571962	0.04260905	0.035243461	0.043663156

PERTUMBUHAN PENJUALAN

Nama Perusahaan	Tahun	Sales it	Sales it=1 Tahun sebelum	Sales	Sales Growt
CAMP	2020	956.634.474.111	1.028.952.947.818	-72.318.473.707	-0.070283558
	2021	1.019.133.657.275	956.634.474.111	62.499.183.164	0.065332355
	2022	1.129.360.552.136	1.019.133.657.275	110.226.894.861	9.245780338
	2023	1.135.790.489.555	1.129.360.552.136	6.429.937.419	175.6409866
CEKA	2020	3.634.297.273.749	2.247.282.618.331	1.387.014.655.418	0.617196362
	2021	5.359.440.530.374	3.634.297.273.749	1.725.143.256.625	0.474684135
	2022	11.881.145.165	5.359.440.530.374	-5.347.559.385.209	-0.997783137
	2023	6.337.428.625.946	11.881.145.165	6.325.547.480.781	532.4021711
CLEO	2020	972.634.784.176	1.088.679.619.907	-116.044.835.731	-0.106592273
	2021	1.103.519.743.574	972.634.784.176	130.884.959.398	0.134567426
	2022	1.358.708.497.805	1.303.519.743.574	55.188.754.231	0.042338257
	2023	2.090.115.884.030	1.358.708.497.805	731.407.386.225	0.538310747
COCO	2020	972.634.784.176	216.197.806.076	756.436.978.100	3.498818937
	2021	1.103.519.743.574	972.634.784.176	130.884.959.398	0.134567426
	2022	1.358.708.497.805	1.103.519.743.574	255.188.754.231	0.231249831
	2023	2.090.115.884.030	1.358.708.497.805	731.407.386.225	0.538310747
DLTA	2020	546.336.411	827.137	545.509.274	659.5150187
	2021	681.205.785	545.336.411	135.869.374	0.249147813
	2022	778.744.315	681.205.785	97.538.530	0.143185117
	2023	736.838.613	778.744.315	-41.905.702	-0.053811888
FOOD	2020	94.563.258.607	126.257	94.563.132.350	748973.3825
	2021	91.560.431.563	94.563.258.607	-3.002.827.044	-0.031754691
	2022	87.016.911.838	91.560.431.563	-4.543.519.725	-0.049623179
	2023	77.589.046.984	87.016.911.838	-9.427.864.854	-0.108345202
GOOD	2020	7.719.379.796.413	8.438.63	7719379787974.37	914766945.3
	2021	8.799.579.901.024	7.719.379.796.413	1.080.200.104.611	0.139933535
	2022	10.510.942.813.705	8.799.579.901.024	1.711.362.912.681	0.194482343
	2023	10.543.572.559.649	10.510.942.813.705	32.629.745.944	0.00310436
ICBP	2020	46.641.048	42.296.70	46598751.3	1101.711275
	2021	56.803.733	46.641.048	10.162.685	0.217891438
	2022	64.797.516	56.803.733	7.993.783	0.140726367
	2023	67.909.901	64.797.516	3.112.385	0.048032474
INDF	2020	81.731.469	76.593.00	81654876.0.00	1066.087971
	2021	99.345.618	81.731.469	17.614.149	0.215512448
	2022	110.830.272	99.345.618	11.484.654	0.115603025
	2023	111.703.611	110.830.272	873.339	0.007879968
ROTI	2020	3.212.034.546.03	3.337	3.212.031.209	962550.5571
	2021	3.287.623.237.457	3.212.034.546.03	3.284.411.202.911	1022.532963
	2022	3.935.182.048.668	3.287.623.237.457	647.558.811.211	0.196968681
	2023	3.820.532.634.926	3.935.182.048.668	-114.649.413.742	-0.029134462
SIDO	2020	3.335.411	2.128.606	1.206.805	0.566946161
	2021	4.020.980	3.335.411	685.569	0.205542585
	2022	3.865.523	4.020.980	-155.457	-0.038661471
	2023	3.565.930	3.865.523	-299.593	-0.077503872
UNVR	2020	42.972.474	42.923	42.929.551	1000.152622
	2021	39.545.959	42.972.474	-3.426.515	-0.079737438
	2022	41.218.881	39.545.959	1.672.922	0.042303235
	2023	38.611.401	41.218.881	-2.607.480	-0.063259359

**HASIL PERHITUNGAN KINERJA KEUANGAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN PERIODE 2020-2023.**

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	-0.070283558	0.065332355	9.245780338	175.6409866
2	CEKA	0.617196362	0.474684135	-0.997783137	532.4021711
3	CLEO	-0.106592273	0.134567426	0.042338257	0.538310747
4	COCO	3.498818937	0.134567426	0.231249831	0.538310747
5	DLTA	659.5150187	0.249147813	0.143185117	-0.053811888
6	FOOD	748973.3825	-0.031754691	-0.049623179	-0.108345202
7	GOOD	914766945.3	0.139933535	0.194482343	0.00310436
8	ICBP	1101.711275	0.217891438	0.140726367	0.048032474
9	INDF	1066.087971	0.215512448	0.115603025	0.007879968
10	ROTI	962550.5571	1022.532963	0.196968681	-0.029134462
11	SIDO	0.566946161	0.205542585	-0.038661471	-0.077503872
12	UNVR	1000.152622	-0.079737438	0.042303235	-0.063259359

UKURAN PERUSAHAAN=	LN(TOTAL ASET)
CAMP 2020	1.086.873.666.641
	27,7143265
2021	1.147.260.611.704
	27,76839814
2022	1.074.777.460.412
	27,70313474
2023	1.088.726.193.209
	27,7160295
CEKA 2020	1.566.673.828.068
	28,07997591
2021	1.697.387.196.209
	28,16011124
2022	1.718.287.453.575
	28,17234924
2023	1.893.560.797.758
	28,26948019
CLEO 2020	1.310.940.121.622
	27,90176565
2021	1.348.181.576.913
	27,92977782
2022	1.693.523.611.414
	28,15783245
2023	2.296.227.711.688
	28,46228877
COCO 2020	263.754.414.443
	26,29828426
2021	283.569.531.525
	26,37072319
2022	485.054.412.584
	26,90752691
2023	528.959.733.486
	26,99417815
DLTA 2020	1.225.580.913
	20,92668078
2021	1.308.722.065
	20,99231698
2022	1.307.186.367
	20,99114285
2023	1.208.050.010
	20,91227333
FOOD 2020	113.192.236.191
	25,45235342
2021	106.495.352.963
	25,39136719
2022	102.297.196.494
	25,3511481
2023	50.993.895.743
	24,65497177
GOOD 2020	6.670.943.518.686
	29,52878242
2021	6.766.602.280.143
	29,5430202
2022	7.327.371.934.290
	29,62263803
2023	7.427.707.902.688
	29,63623843
ICBP 2020	103.588.325
	18,45593519
2021	118.066.628
	18,58675967
2022	115.305.536
	18,563096
2023	119.267.076
	18,59687587
INDF 2020	163.136.516
	18,91009793
2021	179.356.193
	19,00488429
2022	180.433.300
	19,01087174
2023	186.587.957
	19,04441331
ROTI 2020	4.452.166.671.985
	29,12441199
2021	4.191.284.422.677
	29,06402835
2022	4.130.321.616.083
	29,04937639
2023	3.943.518.425.042
	29,00309444
SIDO 2020	3.849.516
	15,16345798
2022	4.068.970
	15,21890045
2022	4.081.442
	15,22196092
2023	3.890.706
	15,17410119
UNVR 2020	20.534.632
	16,83762338
2021	19.068.532
	16,76355
2022	18.318.114
	16,72340096
2023	16.664.086
	16,62876642

**HASIL PERHITUNGAN KINERJA KEUANGAN UKURAN PERUSAHAAN
PERIODE 2020-2023**

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	277143265	2776839814	2770313474	277160295
2	CEKA	2807997591	281611124	28172349	28269488019
3	CLEO	2792977782	2792977782	2815783245	2846228877
4	COCO	2629828426	2637072319	2690752691	2699417815
5	DLTA	2092668078	2099231698	2099114285	2091 227333
6	FOOD	2545235342	2539136719	253511481	2465497177
7	GOOD	2952878242	295430202	2962263803	2963623843
8	ICBP	1845593519	1858675967	18563096	1859687587
9	INDF	1891009793	1900488429	1901087174	1904441331
10	ROTI	2912441199	2906402835	2904937639	2900309444
11	SIDO	1516345798	1522196092	1522196092	1517410119
12	UNVR	1683762338	1576355	1672340096	1662876642

NILAI PERUSAHAAN

NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	HARGA SAHAM	BOOK VALUE	NILAI PERUSAHAAN PBV
CAMP	2020	302	237.711.417.828	1,27
	2021	290	198.170.686.974	1,46
	2022	306	223.673.837.741	1,37
	2023	402	328.169.901.126	1,22
CEKA	2020	1.785	204.186.009.945	8,74
	2021	1.880	236.062.886.495	7,96
	2022	1.980	269.389.502.266	7,35
	2023	1.845	258.287.485.636	7,14
CLEO	2020	500	993.154.588.208	0,50
	2021	470	1.027.647.313.598	0,46
	2022	555	1.212.528.185.222	0,46
	2023	710	1.628.001.106.078	0,44
COCO	2020	700	67.899.416.744	10,31
	2021	288	62.932.946.502	4,58
	2022	268	113.353.753.899	2,36
	2023	175	174.353.361.970	1,00
DLTA	2020	4.400	79.117.279	55614
	2021	3.740	84.151.006	44444
	2022	3.830	83.554.198	45839
	2023	3.530	84.159.721	41944
FOOD	2020	103	79.549.246.582	1
	2021	133	75.699.856.142	1,76
	2022	111	73.560.266.395	2
	2023	103	24.719.970.394	4
GOOD	2020	254	3.397.630.861.930	0
	2021	525	3.194.026.759.059	0
	2022	525	3.176.839.184.209	0,17
	2023	430	3.112.647.063.859	0,14
ICBP	2020	9.575	13.351.296	717159
	2021	8.700	14.175.833	613721
	2022	10.000	14.520.941	688661
	2023	10.575	14.710.911	718854
INDF	2020	6.850	45.862.919	149358
	2021	6.325	46.751.821	135289
	2022	6.725	47.410.528	141846
	2023	6.450	4.295.092	1501714
ROTI	2020	1.360	2.434.486.072.405	1
	2021	1.360	2.492.863.630.370	0,55
	2022	1.320	2.493.688.426.380	0,53
	2023	1.150	2.534.957.098.472	0,45
SIDO	2020	799	1.568.264	509232
	2021	865	1.588.101	544676
	2022	755	1.610.837	468700
	2023	525	1.554.538	337721
UNVR	2020	735	10.419.902	70538
	2021	4.110	10.102.086	406847
	2022	4.700	9.536.027	492868
	2023	3.530	9.310.734	379132

**HASIL PERHITUNGAN KINERJA KEUANGAN NILAI
PERUSAHAAN PERIODE 2020-2023**

No.	KODE	2020	2021	2022	2023
1	CAMP	1.27	1.46	1.37	1.22
2	CEKA	8.74	7.96	7.35	7.14
3	CLEO	0.50	0.46	0.46	0.44
4	COCO	10.31	4.58	2.36	1.00
5	DLTA	55613.64	44443.91	45838.51	41944.06
6	FOOD	1.29	1.76	1.51	4.17
7	GOOD	0.00	0.00	0.17	0.14
8	ICBP	717158.84	613720.55	688660.60	718854.19
9	INDF	149358.13	135288.85	141846.13	1501714.05
10	ROTI	0.56	0.55	0.53	0.45
11	SIDO	509231.86	544675.68	468700.43	337720.92
12	UNVR	70538.09	406846.67	492867.73	379132.30

LAMPIRAN 2

INPUT SPSS

1.Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER	48	-2.22	7.14	-.5675	1.64306
ROA	48	-4.57	4.36	-2.1470	1.39566
Total Asset	48	14.27	24.07	21.0341	1.55363
Sales Growt	48	-5.77	20.63	.3646	5.31272
PBV	48	-19.16	11.42	4.3776	5.82313
Valid N (listwise)	48				

5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.50277514
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.095
	Negative	-.124
Test Statistic		.124

Asymp. Sig. (2-tailed)	.063 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

6. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.089	9.777		.521	.605		
	DER	-1.535	.468	-.433	-3.281	.002	.797	1.254
	ROA	-.930	.504	-.223	-1.845	.072	.953	1.049
	Total Asset	-.165	.454	-.044	-.363	.718	.949	1.054
	Sales Growt	-.315	.147	-.287	-2.134	.039	.769	1.301
a. Dependent Variable: PBV								

7. Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.731 ^a	.535	.491	3.28880	1.618
a. Predictors: (Constant), LAG_X4, LAG_X3, LAG_X2, LAG_X1					

b. Dependent Variable: LAG_Y

4. Uji Heteroskedastistas

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.251 ^a	.063	-.024	40.54592

a. Predictors: (Constant), X4_Kuadrat, X2_Kuadrat, X3_Kuadrat, X1_Kuadrat

6. Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.089	9.777		.521	.605
	DER	-1.535	.468	-.433	-3.281	.002
	ROA	-.930	.504	-.223	-1.845	.072
	Total Asset	-.165	.454	-.044	-.363	.718
	Sales Growt	-.315	.147	-.287	-2.134	.039

a. Dependent Variable: PBV

7. Uji Koefisien Kolerasi R dan Koefisien Determinasi R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.346	4.70755

a. Predictors: (Constant), Sales Growt, Total Asset, ROA, DER

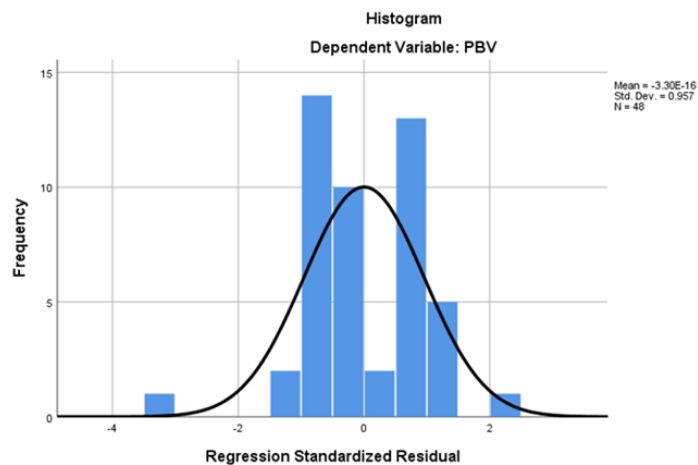
8. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640.790	4	160.198	7.229	.000 ^b
	Residual	952.924	43	22.161		
	Total	1593.714	47			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), Sales Growt, Total Asset, ROA, DER						

9. Uji t (Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.089	9.777		.521	.605
	DER	-1.535	.468	-.433	-3.281	.002
	ROA	-.930	.504	-.223	-1.845	.072
	Total Asset	-.165	.454	-.044	-.363	.718
	Sales Growth	-.315	.147	-.287	-2.134	.039
a. Dependent Variable: PBV						

10. Gambar Histogram Uji Normalitas



12. Gambar Plot Uji Normalitas

