

**PENGARUH PROFITABILITAS , *LEVERAGE*, DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR
CONSUMER NON-CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) PERIODE 2019-2022**

SKRIPSI

OLEH :

CELVIN

20200500093

JURUSAN MANAJEMEN

KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN



FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG

2024

**PENGARUH PROFITABILITAS , *LEVERAGE*, DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR
CONSUMER NON-CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) PERIODE 2019-2022**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pada Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Buddhi Dharma Tangerang
Jenjang Pendidikan Strata 1**

Oleh :

CELVIN

20200500093



FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG

2024

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

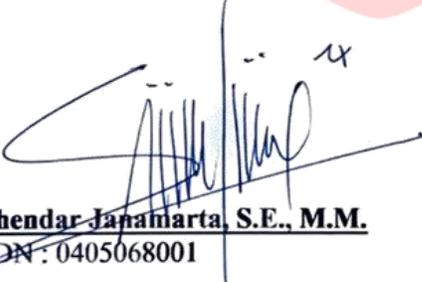
Nama Mahasiswa : Celvin
NIM : 20200500093
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022.

Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Tangerang, 27 September 2023

Menyetujui,
Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua Program Studi,


Suhendar Japamarta, S.E., M.M.
NIDN : 0405068001


Eso Hernawan, S.E., M.M.
NIDN : 0410067609

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022.

Disusun oleh,

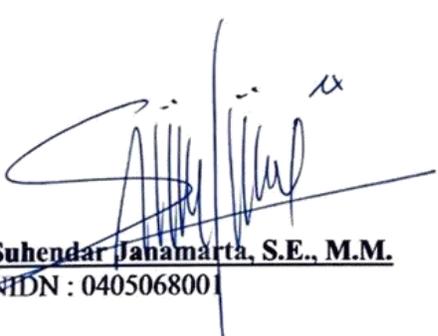
Nama Mahasiswa : Celvin
NIM : 20200500093
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setuju untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Manajemen (S.M.)**.

Tangerang, 15 Januari 2024

Menyetujui,
Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua Program Studi,


Suhendar Jahamarta, S.E., M.M.
NIDN : 0405068001


Eso Hernawan, S.E., M.M.
NIDN : 0410067609

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suhendar Janamarta, S.E., M.M.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Celvin

NIM : 20200500093

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

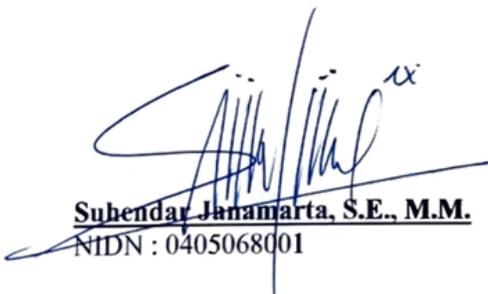
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022.

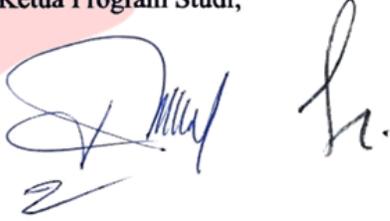
Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Menyetujui,
Pembimbing,

Tangerang, 15 Januari 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi,


Suhendar Janamarta, S.E., M.M.
NIDN : 0405068001


Eso Hernawan, S.E., M.M.
NIDN : 0410067609

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Celvin
NIM : 20200500093
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022.

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari Senin, tanggal 4 Maret 2024.

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Penguji : **Eso Hernawan, S.E., M.M.**
NIDN : 0410067609

Penguji I : **Dr. Nana Sutisna, S.E., M.M.**
NIDN : 0401016613

Penguji II : **Sugandha, S.E., M.M.**
NIDN : 0405127605

Dekan Fakultas Bisnis,


Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si
NIDN : 0427047303

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Buddhi Dharma ataupun di Universitas lain.
2. Karya tulis ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran dan rumusan asli. Penelitian ini dilakukan secara mandiri tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (kebohongan) pemalsuan, seperti : buku, artikel, jurnal, data sekunder, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Program Studi atau Pembantu Ketua Bidang Akademik atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan keasliannya.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 15 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Celvin

NIM: 20200500093

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat Oleh:

NIM : 20200500093
Nama : Calvin
Jenjang Studi : S1
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022". beserta perangkat yang diperlukan apabila ada.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelolah dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lainnya untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam Karya Ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Tangerang, 26 Maret 2024



Penulis
Calvin

**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN PERTUMBUHAN
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR
CONSUMER NON-CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) PERIODE 2019-2022**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Dengan populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022. Berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan, ada 22 dari 122 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel. Teknik analisa data meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis menggunakan bantuan *software* SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) *Leverage* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (4) Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan.

***THE INFLUENCE OF PROFITABILITY, LEVERAGE AND SALES GROWTH
ON COMPANY VALUE IN THE NON-CYCLICAL CONSUMER SECTOR
LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE (BEI) FOR THE 2019-
2022 PERIOD***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Profitability, Leverage, and Sales Growth on Firm Value in the Consumer Non-Cyclicals sector listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2019-2022 period.

The sampling technique used the Purposive Sampling method. With the population in this study, namely all Consumer Non-Cyclicals sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019-2022 period. Based on the predetermined criteria, there are 22 out of 122 companies that meet the criteria as samples. Data analysis techniques include descriptive statistics, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, and hypothesis testing using the help of SPSS version 25 software.

The results showed that: (1) Profitability has a positive and significant effect on firm value. (2) Leverage has a positive and significant effect on firm value. (3) Sales Growth has a negative and significant effect on firm value. (4) Profitability, Leverage, and Sales Growth affect firm value.

Keywords: Profitability, Leverage, Sales Growth, Firm Value.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis atau skripsi dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022”** dapat diselesaikan dengan baik serta tepat waktu. Penyusunan skripsi dilakukan untuk memenuhi dari salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Manajemen Strata 1 (S1), Fakultas Bisnis di Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

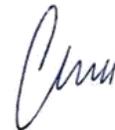
Dalam penyusunan dan pembuatan skripsi ini mengalami banyak rintangan yang dilalui oleh penulis. Namun berkat dukungan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak membantu penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Limajatini, S.E., M.M, BKP., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
2. Ibu Rr.Dian Anggraeni,S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
3. Bapak Eso Hernawan,S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

4. Bapak Suhendar Janamarta,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan, materi, nasihat, dukungan, doa, waktu serta semangat sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan bekal berupa ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis selama masa perkuliahan.
6. Kepada orang tua serta adik-adik penulis tercinta, yang selalu mendukung, memberikan doa, semangat, dan nasihat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan waktu yang ada, penulis sudah berusaha dengan maksimal untuk penyusunan skripsi dengan baik, untuk itu penulis menghargai kritik dan saran yang mendukung agar skripsi ini menjadi lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Tangerang 15 Januari 2024



Celvin

NIM : 20200500093

DAFTAR ISI

HALAMAN

JUDUL LUAR	
JUDUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
A. Gambaran Umum Teori	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	25
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran	33

D. Perumusan Hipotesa	33
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Objek Penelitian.....	38
C. Jenis dan Sumber Data.....	39
D. Populasi dan Sample.....	39
Tabel III.1 Daftar Nama Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i>	40
Tabel III.2 Kriteria Pengambilan Sampel	44
Tabel III.3 Sampel Perusahaan yang diteliti	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Operasionalisasi Variabel Penelitian	48
G. Teknik Analisis Data	52
BAB IV	60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	60
Tabel IV.1 Kriteria Pengambilan Sampel	60
Tabel IV.2 Hasil Perhitungan ROA	61
Tabel IV.3 Hasil Perhitungan DER.....	63
Tabel IV.4 Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan.....	65
Tabel IV.5 Hasil Perhitungan PBV.....	67
B. Analisis Hasil Penelitian.....	69
Tabel IV.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	69
Gambar IV.1 Grafik Normal P-P <i>Plot</i>	72
Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel IV.8 Hasil Uji Autokolerasi dengan Nilai <i>Durbin Watson</i>	75
Gambar IV.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	76
Tabel IV.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	76

Tabel IV.10 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana ROA.....	78
Tabel IV.11 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana DER	79
Tabel IV.12 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pertumbuhan Penjualan	80
C. Pengujian Hipotesis	81
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82
Tabel IV.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) ROA.....	83
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) DER	83
Tabel IV.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Pertumbuhan Penjualan.....	84
Tabel IV.17 Hasil Uji Statistik t (t-test).....	85
Tabel IV.18 Hasil Uji Statistik F (simultan).....	87
D. Pembahasan	88
BAB V.....	91
PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
LAMPIRAN 1 Perhitungan ROA.....	
LAMPIRAN 2 Perhitungan DER	
LAMPIRAN 3 Perhitungan Pertumbuhan Penjualan	
LAMPIRAN 4 Perhitungan Nilai Perusahaan	
LAMPIRAN 5 Hasil Pengolahan Data SPSS	
LAMPIRAN 6 Tabel Distribusi t.....	
LAMPIRAN 7 Tabel <i>Durbin Watson</i>	
LAMPIRAN 8 Laporan Keuangan ICBP	

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel III.1 Daftar Nama Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i>	40
Tabel III.2 Kriteria Pengambilan Sampel	44
Tabel III.3 Sampel Perusahaan yang Diteliti	45
Tabel IV.1 Kriteria Pengambilan Sampel	60
Tabel IV.2 Hasil Perhitungan ROA	61
Tabel IV.3 Hasil Perhitungan DER.....	63
Tabel IV.4 Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan.....	65
Tabel IV.5 Hasil Perhitungan PBV.....	67
Tabel IV.6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	69
Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel IV.8 Hasil Uji Autokolerasi dengan nilai <i>Durbin Watson</i>	75
Tabel IV.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel IV.10 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana ROA.....	78
Tabel IV.11 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana DER	79
Tabel IV.12 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Pertumbuhan Penjualan	80
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82
Tabel IV.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) ROA.....	83
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) DER	83
Tabel IV.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Pertumbuhan Penjualan	84
Tabel IV.17 Hasil Uji Statistik t (<i>t-test</i>).....	85
Tabel IV.18 Hasil Uji Statistik F (simultan).....	87

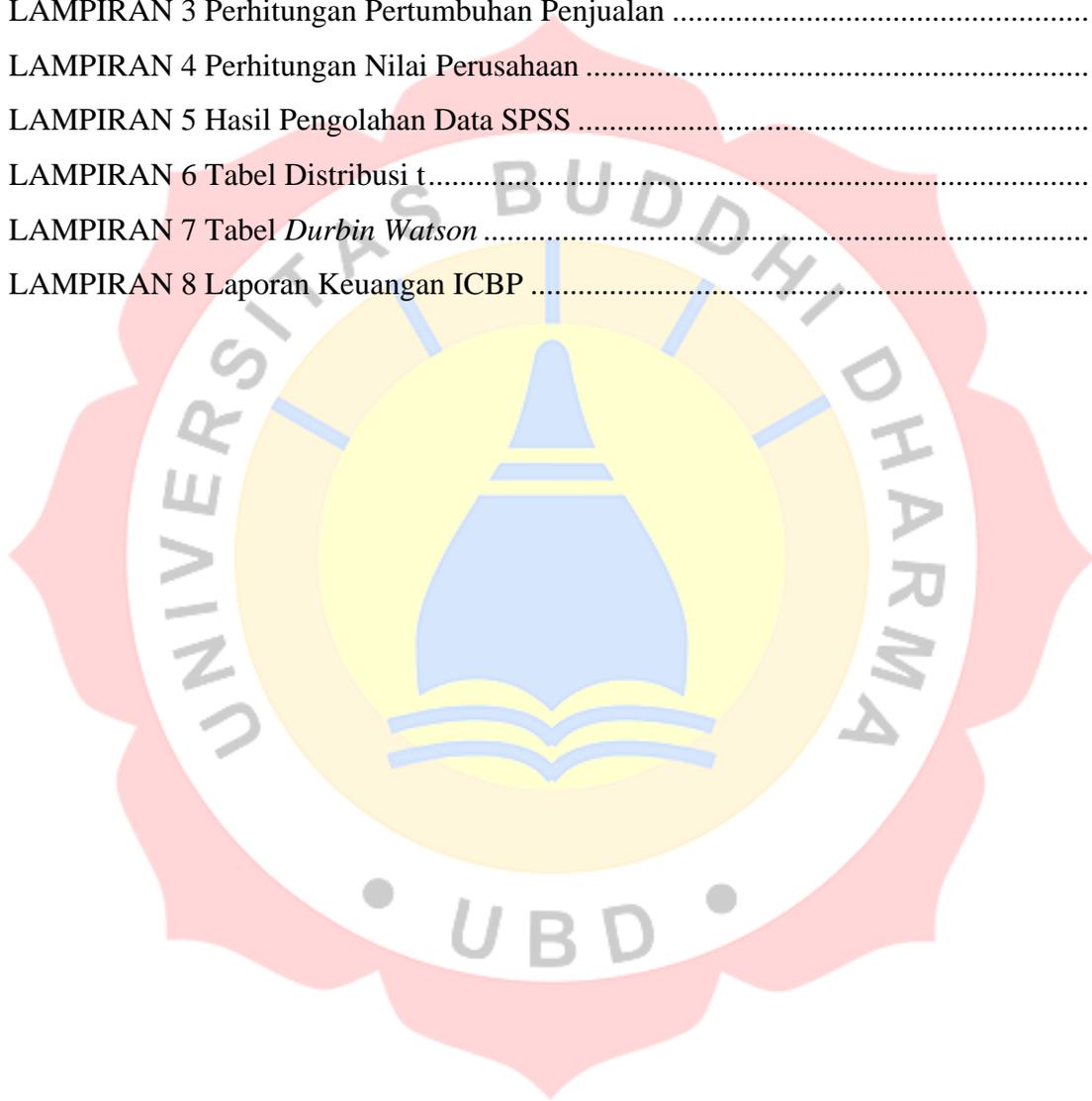
DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Grafik Normal P-P <i>Plot</i>	72
Gambar IV.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	76



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Perhitungan ROA	
LAMPIRAN 2 Perhitungan DER	
LAMPIRAN 3 Perhitungan Pertumbuhan Penjualan	
LAMPIRAN 4 Perhitungan Nilai Perusahaan	
LAMPIRAN 5 Hasil Pengolahan Data SPSS	
LAMPIRAN 6 Tabel Distribusi t.....	
LAMPIRAN 7 Tabel <i>Durbin Watson</i>	
LAMPIRAN 8 Laporan Keuangan ICBP	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam konteks pasar modal Indonesia, perusahaan-perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki kewajiban untuk menjaga kinerja keuangan yang baik dan meningkatkan nilai perusahaan. Sektor *Consumer Non-Cyclicals*, yang mencakup industri makanan dan minuman, produk rumah tangga, produk perawatan pribadi, dan produk kesehatan, merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Perusahaan-perusahaan di sektor ini berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari dan memiliki potensi pertumbuhan yang stabil. Namun, perkembangan dalam sektor ini tidak lepas dari tantangan yang dihadapi oleh pandemi COVID-19 yang melanda dunia, termasuk Indonesia. COVID-19 telah memiliki dampak signifikan terhadap banyak sektor ekonomi, termasuk sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Penguncian dan pembatasan sosial yang diterapkan untuk mengendalikan penyebaran virus telah mempengaruhi aktivitas konsumen dan kinerja perusahaan.

Dikutip dari investasi.co.id saham-saham dalam sektor *Consumer Non-Cyclicals* berkinerja lesu dibanding sektor *Consumer Cyclicals*. Ini tercermin dari data Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mencatat, sektor barang

konsumen primer yang didominasi oleh saham-saham berkapitalisasi pasar besar memang cenderung tertekan sejak awal tahun. "Untuk barang konsumen primer itu banyak di saham-saham *bigcaps* yang notabene yang tahun ini belum naik terlalu banyak," jelas Kepala Riset NH Korindo Sekuritas Anggaraksa Arismunandar kepada Kontan.co.id, Senin (18/10). Sebenarnya, penguatan pada saham-saham *bigcaps* terjadi dalam beberapa waktu terakhir. Akan tetapi, hal tersebut belum dapat mengangkat kinerja sektor barang konsumen primer dari zona merahnya. Asal tahu saja, beberapa saham *bigcaps* yang tercatat dalam sektor ini ada UNVR dan HMSP. Adapun pergerakan saham UNVR melorot 30,95% ytd, sementara HMSP menurun 23,26% ytd. Penguatan saham-saham berkapitalisasi besar yang terjadi belakangan ini tak lepas dari perputaran pasar saham yang cenderung mengunggulkan saham-saham raksasa di penghujung tahun.

Di sisi lain, sektor barang konsumsi primer lebih banyak fokus pada saham-saham yang bersifat defensif. Dengan kata lain, sebenarnya tidak ada satu pun psikologi yang bisa mempengaruhi pergerakan harga saham. Di saat yang sama, daya beli masyarakat masih belum kuat mengingat data inflasi terkini. Hal ini memberikan tekanan pada saham-saham konsumen inti di sektor ini seperti UNVR, ICBP, INDF, MYOR. Berbeda dengan sektor barang konsumsi primer, saham-saham di sektor barang konsumsi non primer cenderung lebih sensitif terhadap sentimen pasar. Misalnya, pemulihan

ekonomi dan pelonggaran pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) akan meningkatkan pangsa pasar sektor tersebut, khususnya saham ritel. Sebaliknya, komponen subsektor barang konsumsi yang didominasi saham-saham tier 2 dan tier 3 mengalami kenaikan harga yang cukup kuat sepanjang tahun. Melihat Indeks Komposit SMC, indeks yang mengukur kinerja harga saham-saham berkapitalisasi kecil dan menengah, kinerjanya naik 25,85% sejak awal tahun. Mencermati kondisi di atas, Angaraksa menilai, bagi investor yang berorientasi pada pertumbuhan, saham-saham pada kelompok barang konsumsi non primer justru lebih menarik. Sedangkan pergerakan saham cenderung berangsur-angsur meningkat ke atas. Sementara itu, investor yang lebih menyukai saham defensif dan investasi dividen mungkin ingin memperhatikan sektor barang konsumsi. Namun pada kuartal IV, investor akan kembali beralih ke saham-saham dengan kapitalisasi pasar besar. Oleh karena itu, Angaraksa tidak menutup kemungkinan saham-saham sektor barang konsumsi primer juga mengalami kenaikan harga signifikan hingga akhir tahun ini (Kenia Intan, 2021)

Sektor *Consumer Non-Cyclicals* merupakan sektor yang vital dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini mencakup perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri makanan, minuman, produk rumah tangga, produk perawatan pribadi, dan sejenisnya. Sebagai sektor yang tidak terlalu terpengaruh oleh fluktuasi siklus ekonomi, perusahaan-perusahaan dalam

sektor ini memiliki potensi untuk memberikan kinerja yang stabil dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Dalam konteks ini, nilai perusahaan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dan daya tarik perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan perlu diteliti untuk memahami dinamika sektor ini secara lebih mendalam. Pertama, ukuran profitabilitas memiliki signifikansi dalam mengevaluasi kesehatan keuangan dan efisiensi operasional suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang substansial melalui kegiatan operasionalnya. Keadaan ini dapat menarik minat investor dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal. Oleh karena itu, pemahaman mengenai dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi suatu hal yang penting. Kedua, tingkat *leverage* atau utang perusahaan juga memengaruhi nilai perusahaan. Tingkat utang yang tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan dan berpotensi memengaruhi pandangan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara berkelanjutan. Sebaliknya, tingkat utang yang rendah memberikan fleksibilitas keuangan dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Ketiga,

Pertumbuhan penjualan merupakan faktor kunci dalam menilai kinerja perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang solid dapat meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap penilaian pasar terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu penulis memilih dan memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2019-2022.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dipaparkan di awal, maka pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas yaitu :

1. Perubahan perekonomian dikarenakan COVID-19 membuat perusahaan sektor *Consumer Non-Cylical*s mengalami penurunan yang didominasi oleh perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar.
2. Penurunan saham-saham tersebut perlu diidentifikasi pada beberapa faktor yang kemungkinan dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan.
3. Masih kurangnya penelitian mengenai sektor *Consumer Non-Cylical*s yang secara khusus membandingkan profitabilitas, *leverage*, dan

pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sehingga dilakukan untuk memperluas cakupan penelitian terhadap nilai perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan identifikasi masalah diatas yaitu :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2022 ?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2022 ?
3. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2022 ?
4. Apakah Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2022 ?

D. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui secara parsial seberapa besar pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2022.

2. Untuk mengetahui secara parsial seberapa besar pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2022.
3. Untuk mengetahui secara parsial seberapa besar pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2022.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2019-2022.

E. Manfaat Penelitian

Setelah dijabarkan tujuan dari penelitian, maka penulis berharap penelitian ini akan bermanfaat untuk :

1. Bagi Investor

Melalui penelitian ini diharapkan bisa mencerminkan pandangan para investor melalui Profitabilitas, *Leverage*, serta Pertumbuhan Penjualan supaya mampu mendukung investor saat melakukan penetapan keputusan investasi.

2. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan untuk dapat dijadikan peran kepada manajemen perusahaan ketika melakukan pemilihan keputusan investasi dan upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi Penelitian Yang Akan Datang

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang terdiri dari jenis dan objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian serta teknik analisa data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini mengemukakan hasil dari pengolahan data antara lain deskripsi data hasil penelitian yang terdiri dari (variabel bebas dan variabel terikat), kemudian analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis serta pembahasan mengenai hasil dari pengujian.

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, serta saran pada hasil penelitian yang dilakukan serta implikasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

Pada bab ini akan disampaikan teori-teori yang membantu berjalannya penelitian dan digunakan sebagai landasan sehingga bermanfaat pada menganalisa nilai observasi. Teori-teori yang relevan tentunya akan dibahas dalam landasan teori ini sehingga akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang gambaran umum dari variabel bebas dan terikat yang digunakan dalam penulisan skripsi, hasil penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran yang digunakan serta perumusan hipotesis.

1. Pengertian Manajemen

Manajemen memiliki peranan yang sangat penting dalam semua aspek. Dengan penerapan manajemen, organisasi atau perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan, menjaga keseimbangan antara tujuan yang saling bertentangan, serta mencapai efektivitas dan efisiensi. Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan sangat tergantung pada manajemen yang telah dibuat sejak awal.

Pengertian manajemen memiliki beragam pendapat dari para ahli, di antaranya :

Menurut James A.F Stoner, dalam (Sitorus, 2019) mengatakan bahwa :

“Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian usaha anggota suatu organisasi dan menggunakan seluruh sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.”

Menurut Kamarulzaman dan al Barry (2005:431), dalam (Sitorus, 2019), mengatakan bahwa :

“Manajemen dapat diartikan sebagai proses penggunaan dan/atau pergerakan sumber daya manusia, modal, dan peralatan lainnya secara terpadu untuk mencapai tujuan tertentu.”

Menurut George R. Terry (1973:4), dalam (Sitorus, 2019) mengatakan bahwa :

“Manajemen adalah kemampuan untuk mengarahkan dan mencapai hasil yang diinginkan melalui upaya orang dan sumber daya lainnya.”

2. Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan mencakup segala hal yang berkaitan dengan mengelola aset perusahaan, mendapatkan dana untuk modal kerja, dan mengalokasikan dana. Untuk mencapai tujuan utama perusahaan, berikut beberapa komentar tentang definisi manajemen keuangan oleh para ahli :

Menurut Sutrisno (2017:3) dalam (Samsurijal Hasan, Elpisah, Joko Sabtohadhi & Abdullah, 2022) berpendapat bahwa :

“Manajemen keuangan mencakup seluruh aktivitas bisnis yang berhubungan dengan biaya, termasuk upaya untuk memperoleh modal dari bisnis dengan biaya rendah, upaya untuk menggunakan data secara efektif dan mengalokasikan modal secara efektif dalam operasional aktivitas bisnis.”

Menurut Darsono Prawironegoro (2011:101) dalam (Samsurijal Hasan, Elpisah, Joko Sabtohadhi & Abdullah, 2022) berpendapat bahwa :

“Pengelolaan keuangan adalah kegiatan pemilik dan pengelola usaha yang bertujuan untuk memperoleh modal dengan biaya serendah-rendahnya dan menggunakan modal seefektif, seefisien dan seproduktif mungkin untuk menghasilkan keuntungan.”

Menurut Nidar (2016) dalam (Wiryadi, 2019) berpendapat bahwa :

“Manajemen keuangan dalam suatu bisnis dapat dipahami sebagai perpaduan seni dan pengetahuan yang dilakukan oleh manajer keuangan untuk memanfaatkan dana usaha bisnis dan memperoleh modal untuk membiayai kegiatan perusahaan.”

Menurut Riyanto (2011:24) dalam (Hasna sri wahyuli, 2019) berpendapat bahwa :

“Manajemen keuangan mencakup semua aktivitas terkait bisnis yang bertujuan untuk mengumpulkan dana dan menggunakan atau mengalokasikan dana tersebut. Orang yang melakukan pengelolaan keuangan adalah direktur keuangan. Misalnya, sebuah bisnis memiliki banyak aset atau aset berbeda untuk operasinya. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari modal untuk mendanai kebutuhan operasional tersebut.”

Berdasarkan pengertian dari beberapa jenis definisi manajemen keuangan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan perpaduan antara seni dan pengetahuan yang dilakukan oleh manajer keuangan untuk memanfaatkan dana usaha dan memperoleh modal

guna membiayai kegiatan perusahaan. Seluruh kegiatan usaha berkaitan dengan pengeralahan modal dari usaha dengan biaya rendah serta penggunaan dan alokasi modal yang efektif. Manajemen keuangan mencakup aktivitas mengumpulkan dan mengalokasikan dana, dengan direktur keuangan sebagai pengelola keuangan. Dalam konteks bisnis dengan berbagai aset, perusahaan perlu mencari modal untuk mendanai kebutuhan operasional.

3. Fungsi Manajemen Keuangan

Berikut ini fungsi manajemen keuangan menurut (Irfani, 2020) :

a. Fungsi Pendanaan

Fungsi pendanaan antara lain menentukan tujuan pembiayaan, menerapkan jumlah modal yang akan ditarik sesuai dengan anggaran kebutuhan pembiayaan untuk membiayai seluruh kegiatan produksi, usaha dan investasi perusahaan, menentukan sumber modal, menentukan payback period, pembiayaan kepada kreditur dan memperkirakan keuntungan yang akan diperoleh dari modal yang ditarik dengan mempertimbangkan perbandingan antara tingkat keuntungan, biaya modal dan tingkat risiko investasi.

b. Fungsi Operasional

Fungsi operasi meliputi pengalokasian sumber modal jangka pendek secara berkala sebagai modal kerja untuk kebutuhan operasional usaha guna menghasilkan pendapatan (*revenue*).

Pelaksanaan ini mencakup pengelolaan aset lancar termasuk uang tunai, surat berharga (saham), piutang dagang, inventaris, peralatan, uang muka (beban pembayaran di muka) dan pengelolaan utang jangka pendek termasuk utang dan kewajiban bisnis seperti sewa, utang pajak, hutang gaji dan lain-lain.

c. Fungsi Investasi

Fungsi investasi mencakup kegiatan alokasi modal jangka panjang untuk investasi fisik pada aset tetap dan investasi keuangan pada surat berharga, seperti saham, obligasi, deposito berjangka, reksadana dan alat investasi keuangan lainnya. Menjalankan fungsi investasi ini mencakup pengelolaan arus kas, pemilihan aset investasi alternatif, dan evaluasi kelayakan suatu investasi yang menghasilkan keuntungan dan potensi risiko dengan mempertimbangkan nilai waktu dari investasi tersebut.

4. Laporan Keuangan

Menurut IAI (2009:27) dalam (Herawati, 2023) berpendapat bahwa:

“Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan komprehensif biasanya mencakup neraca, laporan laba rugi, laporan posisi keuangan (disajikan dalam berbagai cara, seperti laporan arus kas atau laporan arus dana), catatan, dan bagian integral lainnya dari laporan keuangan.”

Menurut Kasmir (2012) dalam (Herawati, 2023) berpendapat bahwa:

“Sebenarnya laporan keuangan perusahaan tidak disusun secara sembarangan melainkan harus disusun dan disusun sesuai peraturan atau standar yang berlaku. Hal ini dilakukan agar laporan keuangan mudah dibaca dan dipahami.”

Menurut Fahmi (2012:21) dalam (Herawati, 2023) berpendapat bahwa:

“Laporan keuangan merupakan informasi yang menggambarkan status pelaporan keuangan suatu perusahaan dan selanjutnya dapat digunakan sebagai gambaran kinerja keuangan suatu perusahaan.”

Berdasarkan pengertian dari beberapa jenis definisi laporan keuangan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan merupakan informasi yang menggambarkan posisi keuangan suatu perusahaan dan digunakan sebagai gambaran kinerja keuangan. Laporan disusun sesuai peraturan atau standar yang berlaku sehingga mudah dibaca, dipahami dan menjadi bagian tak terpisahkan dalam proses pelaporan keuangan, termasuk neraca, laporan laba rugi, laporan keuangan, pengungkapan dan faktor lainnya.

5. Profitabilitas (ROA)

A. Pengertian Profitabilitas

Menurut Hanafi (2012:81) dalam (Nirawati et al., 2022) berpendapat bahwa:

“Pengertian profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat pendapatan, aset, dan ekuitas tertentu.”

Menurut Hery (2015:227) dalam (Nirawati et al., 2022) berpendapat bahwa:

“Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.”

Menurut Sudana (2011:22) dalam (Nirawati et al., 2022) berpendapat bahwa:

“Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan menggunakan sumber dayanya, seperti aset, modal, atau pendapatan.”

Menurut M. M. Hanafi & Halim (2016:82) dalam (Ari Supeno, 2022) berpendapat bahwa:

“Rasio Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan suatu industri dalam menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas tertentu..”

Berdasarkan pengertian dari beberapa jenis definisi profitabilitas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas profitabilitas adalah rasio

yang mengukur kemampuan perusahaan atau industri dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat pendapatan, aset, dan ekuitas tertentu dengan menggunakan sumber daya yang ada, seperti aset, modal, atau pendapatan.

B. Tujuan Rasio Profitabilitas

Profitabilitas mempunyai tujuan bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2016:196) dalam (Buntu, 2023) yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan selama jangka waktu tertentu.
2. Untuk mengevaluasi laba perusahaan dari tahun sebelumnya hingga tahun berjalan.
3. Untuk mengevaluasi pertumbuhan keuntungan dari periode ke periode.
4. Untuk mengevaluasi jumlah laba bersih setelah pajak yang dihasilkan oleh modal yang diinvestasikan.
5. Untuk mengukur efisiensi penggunaan seluruh dana perusahaan, termasuk modal pinjaman dan modal sendiri.

C. Jenis-jenis rasio profitabilitas

Rasio profitabilitas ada beberapa jenis, antara lain:

1. Margin laba kotor

Margin laba kotor (gross profit margin/GPM) adalah rasio laba yang mengukur laba kotor sebagai persentase penjualan. Laba

kotor dipengaruhi oleh laporan arus kas, yang menggambarkan besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan setelah memperhitungkan biaya produksi suatu produk atau jasa. Margin laba bersih atau margin laba bersih adalah margin keuntungan yang mengevaluasi laba bersih setelah pajak sebagai persentase pendapatan. Rumus margin laba kotor = $(\text{Laba kotor} : \text{Pendapatan laba}) \times 100\%$.

2. Pengembalian aset

Rasio laba bersih (*return on asset/ROA*) ini juga dikenal sebagai margin keuntungan. Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak penjualan. Semakin tinggi margin laba bersih maka semakin baik kinerja perusahaan. Rumus laba bersih = $(\text{Laba bersih setelah pajak} : \text{total aset}) \times 100\%$.

3. *Return on equity* (ROE)

Return on equity (ROE) merupakan rasio keuntungan yang mengukur keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan sebagai persentase sumber daya atau total aset, sehingga dari rasio ini kita dapat melihat bagaimana perusahaan mengelola asetnya dan seberapa efektif produknya. Rumus pengembalian aset = $(\text{Laba bersih} : \text{Total aset}) \times 100\%$

4. Rasio laba terhadap penjualan (*return on sales*)

Rasio laba terhadap penjualan (*return on sales*) adalah rasio laba yang mewakili margin keuntungan suatu perusahaan setelah membayar biaya produksi variabel seperti gaji pekerja, bahan baku, dll. Sebelum dikurangi pajak dan bunga. Rasio ini menunjukkan besarnya keuntungan yang diperoleh per penjualan, disebut juga margin keuntungan operasi atau margin keuntungan operasi. Rumus perbandingan keuntungan terhadap pendapatan = $(\text{Laba sebelum pajak dan bunga} : \text{Pendapatan}) \times 100\%$.

5. Pengembalian modal yang digunakan (*Return on Capital Employed / ROCE*)

Pengembalian modal yang digunakan (*Return on Capital Employed / ROCE*) adalah rasio keuntungan yang mengukur keuntungan perusahaan atas modal yang digunakan dalam persentase (%). Modal yang dimaksud meliputi ekuitas perusahaan ditambah hutang jangka panjang atau total aset dikurangi kewajiban jangka pendek. ROCE mencerminkan efisiensi dan profitabilitas modal atau investasi suatu perusahaan. Rumus ROCE = $\text{Laba sebelum pajak dan bunga} : \text{modal kerja}$, atau bisa juga menggunakan rumus ROCE = $\text{Laba sebelum pajak dan bunga} : (\text{total aset} - \text{liabilitas})$.

6. *Earning Per Share*

Earning Per Share merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Manajemen perusahaan, pemegang saham biasa dan calon pemegang saham sangat tertarik dengan *earning per share* karena rasio ini merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan. Rumus EPS = (laba bersih setelah pajak – dividen atas saham preferen): jumlah saham beredar.

Dari banyaknya Rasio Profitabilitas, penulis memilih menggunakan *Return On Asset* (ROA) untuk penelitian ini dengan rumus berikut :

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

6. *Leverage* (DER)

A. *Pengertian Leverage*

Menurut Wiagustini (2010:77) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menyatakan bahwa:

“*Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek dan jangka panjang atau ukuran seberapa baik suatu perusahaan dibiayai dengan hutang.”

Menurut Kasmir (2017:151) dalam (Nabila Barnades & Suprihhadi, 2020) menyatakan bahwa:

“*Leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang.”

Menurut Irham Fahmi (2013:174) dalam (Nabila Barnades & Suprihhadi, 2020) menyatakan bahwa:

“*Leverage* merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam memenuhi dan mempertahankan kemampuan dalam memenuhi kewajibannya secara konsisten dengan membayar utang-utangnya tepat waktu.”

Berdasarkan pengertian dari beberapa jenis definisi *Leverage* diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek dan jangka panjang, atau ukuran seberapa baik suatu perusahaan dibiayai dengan hutang, serta digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dan gambaran kemampuan perusahaan dalam mempertahankan konsistensi pembayaran utang-utangnya tepat waktu.

Menurut Weston dan Copeland (2010) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menyatakan bahwa *Leverage* dapat dihitung dengan menggunakan rasio *debt to equity ratio* (DER). Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, yang dinyatakan melalui sebagian modal ekuitas yang digunakan untuk membayar utang.

Penggunaan utang yang terlalu banyak akan membahayakan kesehatan perusahaan, sehingga perlu diukur seberapa baik suatu perusahaan dibiayai dengan utang. Semakin tinggi DER maka semakin rendah jumlah ekuitas yang dijadikan jaminan atas utang tersebut. Oleh karena itu, pemanfaatan hutang yang baik dapat menjadi sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada investor untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

B. Jenis-jenis rasio *leverage*

Rasio *leverage* yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. Menurut Kasmir (2008:143) dalam (Buntu, 2023) jenis-jenis rasio *leverage* antara lain :

1. *Debt to asset ratio*

Menurut Kasmir (2016:156), *debt to asset* adalah rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan total utang terhadap total aset. Dengan kata lain, porsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang atau besarnya utang perusahaan yang mempengaruhi pengelolaan aset. Metode ini melibatkan perbandingan total liabilitas dan total aset.

2. *Debt to equity ratio*

Menurut Kasmir (2016:157), *Debt to equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi utang relatif terhadap ekuitas.

Rasio ini diperoleh dengan membandingkan seluruh utang, termasuk utang lancar, terhadap seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah uang yang diberikan oleh peminjam (kreditur) dan pemilik usaha.

3. *Times interest earned ratio*

Menurut Kasmir (2016:160) *Times interest earned ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengevaluasi utang relatif terhadap ekuitas. Rasio ini diperoleh dengan membandingkan seluruh utang, termasuk utang lancar, terhadap seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah uang yang diberikan oleh peminjam (kreditur) dan pemilik usaha.

Dari banyaknya rasio *Leverage* penulis memilih menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

7. Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Chandrarin dan Cahyaningsih, 2018) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menyatakan bahwa:

“Pertumbuhan penjualan merupakan tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan setiap tahunnya, yang mana semakin tinggi tingkat

pertumbuhan penjualan maka semakin baik pula kinerja perusahaan tersebut.”

Menurut Kasmir (2012) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menyatakan bahwa:

“Tingkat pertumbuhan pendapatan dapat dihitung dengan membandingkan pendapatan periode berjalan dikurangi pendapatan periode sebelumnya dengan pendapatan periode tahun sebelumnya. Pertumbuhan pendapatan mencerminkan keberhasilan dan digunakan sebagai perkiraan pertumbuhan investasi di masa lalu dan masa depan. Jika nilai komparatifnya semakin besar maka suatu perusahaan dikatakan memiliki pendapatan yang baik dan lebih mudah dalam memobilisasi pendanaan eksternal. Dengan meningkatkan penjualan yang baik maka nilai perusahaan dapat meningkat.”

Menurut Kesuma (2009) dalam (Fajriah et al., 2022) menyatakan bahwa:

“Pertumbuhan pendapatan (revenue growth) merupakan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu.. Pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan kinerja perusahaan selama periode yang lalu dan dapat menjadi tolak ukur di masa yang akan datang.”

Berdasarkan pengertian dari beberapa jenis definisi Pertumbuhan penjualan merupakan indikator kinerja perusahaan yang menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan setiap tahunnya, yang berdampak positif pada nilai perusahaan dan kemampuannya dalam memperoleh pendanaan eksternal, serta dapat digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan dan perkiraan pertumbuhan investasi di masa lalu dan masa depan.

$$\text{Sales Growth} = \frac{St - St_{-1}}{St_{-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

St = Penjualan pada tahun ke t

St-1 = Penjualan pada periode sebelumnya

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti tentang pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1	Anita Nurmaya Sari dan Dini Widyawati	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen Dan	Independen : 1.Profitabilitas diproksi ROA 2. <i>Leverage</i> diproksi DER	1.Rasio Profitabilitas (ROA) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

	(2021)	Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan <i>food and beverages</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2015-2019.	3.Kebijakan Dividen diproksi DPR 4.Ukuran Perusahaan 1.Nilai Perusahaan	dengan hasil signifikan 0,000; 2.Rasio <i>Leverage</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan hasil signifikan 0,000; 3.Kebijakan dividen (DPR) secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan hasil signifikan 0,318; 4.Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai
--	--------	--	---	--

				perusahaan.
2	Niranda Manggale (2021)	Pengaruh <i>Return on Equity, Leverage,</i> Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.	Independen : 1. <i>Return on Equity</i> yang diprosikan dengan ROE. 2. <i>Leverage</i> diprosikan dengan DER, 3.Ukuran Perusahaan, 4.Pertumbuhan Penjualan, Dependen : 1.Nilai Perusahaan	1.ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan; 3.Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; 4.Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan;
3	Dhea Marisa dan	Pengaruh Ukuran	Independen : 1.Ukuran	1.Secara Parsial Ukuran Perusahaan

	<p>Sasi Agustin (2022)</p>	<p>Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016- 2020</p>	<p>Perusahaan diproksikan (Size), 2.Profitabilitas diproksikan (ROA), 3.Leverage diproksikan DER, 4.Pertumbuhan Penjualan diproksikan (Sales Growth) Dependen : 1.Nilai Perusahaan</p>	<p>(Size) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020. perusahaan; 2.Secara Parsial Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020 ;</p>
--	------------------------------------	--	--	--

				<p>3. Secara Parsial <i>Leverage</i> (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.;</p> <p>4. Secara Parsial Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di</p>
--	--	--	--	--

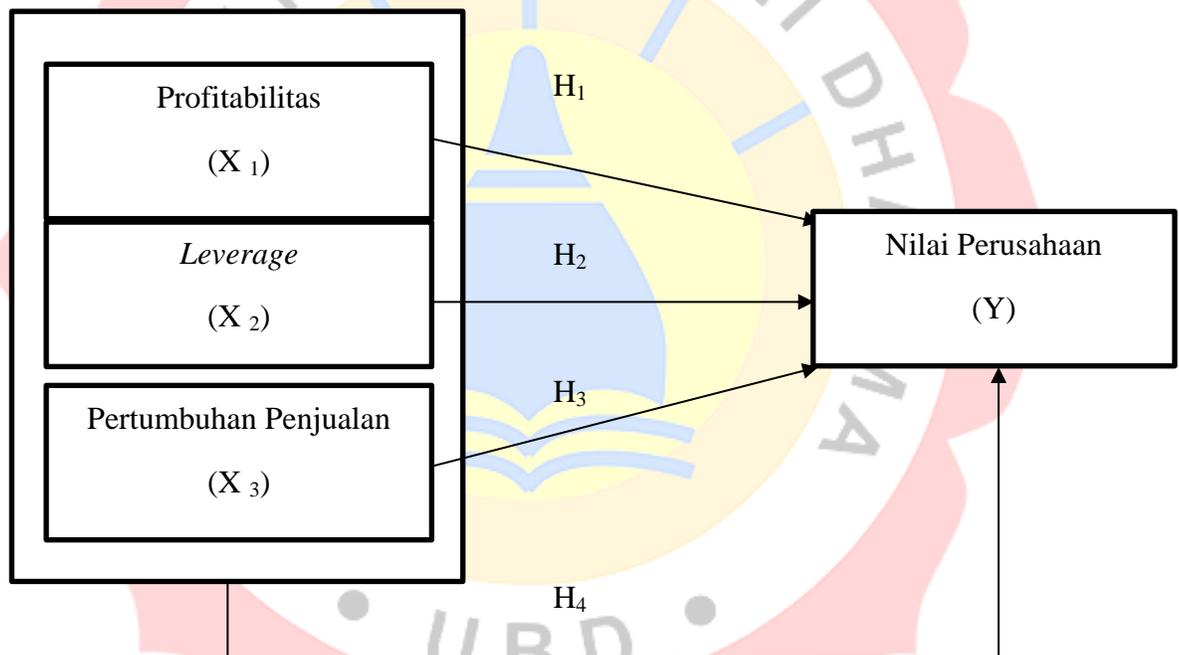
				Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
4	Lani Alfianti dan Sugeng (2022)	Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode	Independen : 1.Ukuran Perusahaan, 2.Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA, 3.Leverage yang diproksikan dengan DER Dependen : 1.Nilai Perusahaan	1.secara parsial variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017- 2020. 2.Secara parsial variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai

		2017-2020.		<p>perusahaan dengan arah yang positif pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020;</p> <p>3. secara parsial variabel <i>leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah yang positif pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-</p>
--	--	------------	--	--

				2020.;
5	Sugesti, Alifia Kanti (2023)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	Independen : 1.Pertumbuhan Penjualan; 2.Leverage diproksikan DER; 3.Likuiditas diproksikan CR; 4.Profitabilitas diproksikan ROA; Dependen : 1.Nilai Perusahaan	1.Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan; 2.Leverage yang diproksikan DER secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; 3.Likuiditas yang diproksikan CR secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

C. Kerangka Pemikiran

Sebagai gambaran untuk memperjelas dalam penyelesaian masalah, maka dibuatkan suatu kerangka pemikiran yang teoritis dan terperinci sehingga mampu membantu dalam menjelaskan maksud serta tujuan dari penelitian ini agar menjadi lebih terarah. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :



D. Perumusan Hipotesa

Berdasarkan jenis-jenis teori dari penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesa pada observasi ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang mampu meningkatkan laba dari waktu ke waktu dinilai membawa sinyal positif bagi investor. Sinyal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik dan prospek perusahaan di masa depan akan semakin menguntungkan bagi pemegang saham sehingga dapat menyebabkan harga saham meningkat. Harga saham yang tinggi ini mencerminkan peningkatan nilai perusahaan.

Hasil Penelitian yang telah dilakukan oleh Anita Nurmaya Sari dalam penelitian berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2015-2019.” dan Dini Widyawati (2021) serta Dhea Marisa dan Sasi Agustin (2022) dalam penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020” serta Lani Alfianti dan Sugeng (2022) dalam penelitian berjudul “Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode 2017-2020.” menyatakan bahwa Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H_1 : Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan.

Leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjangnya. *Leverage* dapat digunakan untuk menghitung seberapa banyak aset perusahaan dibiayai oleh utang. Apabila perusahaan memiliki hutang yang besar itu dapat menimbulkan resiko investasi sehingga hal ini dapat memberikan sinyal negatif kepada investor dan akan berpengaruh terhadap turunnya nilai perusahaan. *Leverage* yang semakin tinggi menyebabkan investor tidak berminat membeli saham perusahaan karena beranggapan bahwa jika perusahaan tersebut tidak mampu melunasi hutang lalu bagaimana cara perusahaan dapat memberikan deviden bagi investor.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Anita Nurmaya Sari dalam dan Dini Widyawati (2021) penelitian berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2015-2019.” serta Lani Alfianti dan Sugeng (2022) dalam penelitian berjudul “Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI)

dengan periode 2017-2020.” menyatakan bahwa *Leverage* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_2 : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah penjualan suatu perusahaan dari satu tahun ke tahun berikutnya. Dengan meningkatkan penjualan, memungkinkan perusahaan memperoleh pendapatan dan keuntungan yang akan digunakan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Peningkatan pertumbuhan penjualan mencerminkan semakin besarnya keuntungan yang diterima perusahaan, sehingga dividen kepada investor akan meningkat. Hal ini menjadi sinyal positif bagi pemegang saham karena pertumbuhan penjualan yang kuat menunjukkan bahwa perusahaan mampu mendatangkan keuntungan bagi investor. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan penjualan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

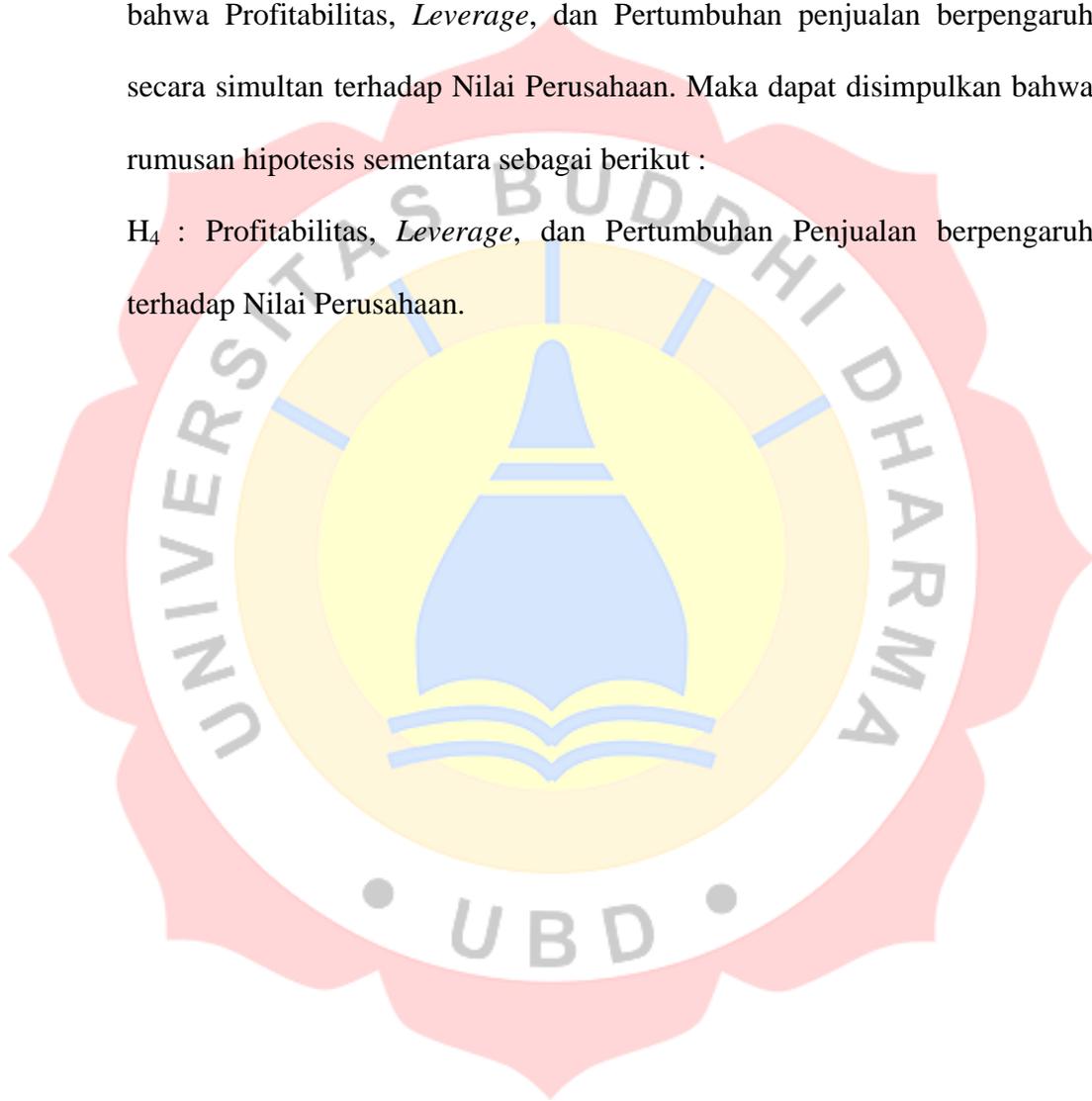
Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Sugesti, Alifia Kanti (2023) menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H_3 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan dari penjelasan H_1 , H_2 , H_3 diatas maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa rumusan hipotesis sementara sebagai berikut :

H_4 : Profitabilitas, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis yaitu jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Mulyanto dan Wulandari, 2018:23) dalam (Sugesti, 2020) Penelitian Kuantitatif merupakan metode penelitian objektif yang menekankan pada pengujian teori dengan mengukur variabel penelitian dengan angka-angka dan menganalisis data menggunakan metode pengujian statistik.

Dalam penelitian ini data diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2022.

B. Objek Penelitian

Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2007:56), dalam (Firmansyah, 2020) menyatakan bahwa objek penelitian adalah suatu entitas yang memperoleh karakteristik tertentu yang memiliki nilai, skor, atau ukuran yang berbeda antara unit atau individu yang berbeda. Selain itu, objek penelitian juga dapat mencakup konsep yang memiliki lebih dari satu nilai yang relevan.

Dalam penelitian ini objek yang digunakan yaitu “Profitabilitas, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, dan Nilai Perusahaan. Dengan Variabel independen Profitabilitas, *Leverage*, dan pertumbuhan penjualan dan variabel dependen adalah Nilai Perusahaan.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada dan tidak diberikan secara langsung kepada peneliti. Data tersebut diperoleh melalui dokumen atau sumber lain yang telah ada sebelumnya, seperti laporan, publikasi, basis data, atau dokumentasi lainnya. Peneliti menggunakan data sekunder untuk menganalisis dan mengevaluasi informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan yang berbeda.

D. Populasi dan Sample

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2015) dalam (Rahman, 2019) mengemukakan Populasi adalah suatu wilayah umum yang mencakup objek atau subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang peneliti terapkan dalam penelitian dan untuk ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini populasi diperoleh dari perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai tahun 2023 dengan jumlah perusahaan mencapai 122 perusahaan.

Tabel III.1
Daftar Nama Perusahaan *consumer non-cyclicals*

No	Kode	Nama Perusahaan	Tanggal Pencatatan
1	BWPT	Eagle High Plantations Tbk.	27 Okt 2009
2	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	09 Jul 1996
3	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk	01 Agt 1994
4	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	23 Okt 1989
5	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	09 Des 1997
6	ADES	Akasha Wira International Tbk.	13 Jun 1994
7	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk.	11 Jun 1997
8	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.	10 Jul 2012
9	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk.	15 Jan 2009
10	ANJT	Austindo Nusantara Jaya Tbk.	08 Mei 2013
11	BISI	BISI International Tbk.	28 Mei 2007
12	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	14 Mei 2004
13	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	08 Mei 1995
14	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	18 Mar 1991
15	CPRO	Central Proteina Prima Tbk.	28 Nov 2006
16	DLTA	Delta Djakarta Tbk.	27 Feb 1984
17	DSFI	Dharma Samudera Fishing Indust	24 Mar 2000
18	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk.	14 Jun 2013
19	FISH	FKS Multi Agro Tbk.	18 Jan 2002
20	GGRM	Gudang Garam Tbk.	27 Agt 1990
21	GOLL	Golden Plantation Tbk.	23 Des 2014
22	GZCO	Gozco Plantations Tbk.	15 Mei 2008
23	HERO	Hero Supermarket Tbk.	21 Agt 1989
24	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	15 Agt 1990
25	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	07 Okt 2010
26	JAWA	Jaya Agra Wattie Tbk.	30 Mei 2011
27	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb	05 Jul 1996
28	MAGP	Multi Agro Gemilang Plantation	16 Jan 2013
29	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.	10 Feb 2006
30	MBTO	Martina Berto Tbk.	13 Jan 2011
31	MIDI	Midi Utama Indonesia Tbk.	30 Nov 2010
32	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	15 Des 1981

33	MLPL	Multipolar Tbk.	06 Nov 1989
34	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.	21 Des 1992
35	MRAT	Mustika Ratu Tbk.	27 Jul 1995
36	MYOR	Mayora Indah Tbk.	04 Jul 1990
37	PALM	Provident Investasi Bersama Tb	08 Okt 2012
38	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	18 Okt 1994
39	RANC	Supra Boga Lestari Tbk.	07 Jun 2012
40	RMBA	Bentoel Internasional Investam	05 Mar 1990
41	SDPC	Millennium Pharmacon Internati	07 Mei 1990
42	SGRO	Sampoerna Agro Tbk.	18 Jun 2007
43	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.	09 Jun 2011
44	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk.	27 Des 1996
45	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	28 Sep 2012
46	SKLT	Sekar Laut Tbk.	08 Sep 1993
47	SMAR	Smart Tbk.	20 Nov 1992
48	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	11 Jan 1982
49	WAPO	Wahana Pronatural Tbk.	22 Jun 2001
50	WICO	Wicaksana Overseas Internation	08 Agt 1994
51	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.	18 Des 2012
52	DAYA	Duta Intidaya Tbk.	28 Jun 2016
53	DPUM	Dua Putra Utama Makmur Tbk.	08 Des 2015
54	KINO	Kino Indonesia Tbk.	11 Des 2015
55	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.	05 Mei 2017
56	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	22 Jun 2017
57	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	19 Des 2017
58	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.	29 Des 2017
59	MGRO	Mahkota Group Tbk.	12 Jul 2018
60	ANDI	Andira Agro Tbk.	16 Agt 2018
61	PANI	Pantai Indah Kapuk Dua Tbk.	18 Sep 2018
62	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk.	05 Okt 2018
63	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tb	10 Okt 2018
64	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.	08 Jan 2019
65	BEEF	Estika Tata Tiara Tbk.	10 Jan 2019
66	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk	20 Mar 2019
67	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk.	04 Jul 2019

68	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.	25 Nov 2019
69	PSGO	Palma Serasih Tbk.	25 Nov 2019
70	AGAR	Asia Sejahtera Mina Tbk.	02 Des 2019
71	UCID	Uni-Charm Indonesia Tbk.	20 Des 2019
72	CSRA	Cisadane Sawit Raya Tbk.	09 Jan 2020
73	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.	22 Jan 2020
74	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk.	12 Feb 2020
75	PGUN	Pradiksi Gunatama Tbk.	07 Jul 2020
76	KMDS	Kurniamitra Duta Sentosa Tbk.	07 Sep 2020
77	ENZO	Moreno Abadi Perkasa Tbk.	14 Sep 2020
78	VICI	Victoria Care Indonesia Tbk.	17 Des 2020
79	PMMP	Panca Mitra Multiperdana Tbk.	18 Des 2020
80	FAPA	FAP Agri Tbk.	04 Jan 2021
81	WMUU	Widodo Makmur Unggas Tbk.	02 Feb 2021
82	TAPG	Triputra Agro Persada Tbk.	12 Apr 2021
83	OILS	Indo Oil Perkasa Tbk.	06 Sep 2021
84	BOBA	Formosa Ingredient Factory Tbk	01 Nov 2021
85	CMRY	Cisarua Mountain Dairy Tbk.	06 Des 2021
86	TAYS	Jaya Swarasa Agung Tbk.	06 Des 2021
87	WMPP	Widodo Makmur Perkasa Tbk.	06 Des 2021
88	IPPE	Indo Pureco Pratama Tbk.	09 Des 2021
89	NASI	Wahana Inti Makmur Tbk.	13 Des 2021
90	STAA	Sumber Tani Agung Resources Tb	10 Mar 2022
91	NANO	Nanotech Indonesia Global Tbk.	10 Mar 2022
92	TLDN	Teladan Prima Agro Tbk.	12 Apr 2022
93	IBOS	Indo Boga Sukses Tbk.	25 Apr 2022
94	ASHA	Cilacap Samudera Fishing Indus	27 Mei 2022
95	TRGU	Cerestar Indonesia Tbk.	08 Jul 2022
96	AMMS	Agung Menjangan Mas Tbk.	04 Agt 2022
97	EURO	Estee Gold Feet Tbk.	08 Agt 2022
98	BUAH	Segar Kumala Indonesia Tbk.	09 Agt 2022
99	CRAB	Toba Surimi Industries Tbk.	10 Agt 2022
100	CBUT	Citra Borneo Utama Tbk.	08 Nov 2022
101	MKTR	Menthobi Karyatama Raya Tbk.	08 Nov 2022
102	SOUL	Mitra Tirta Buwana Tbk.	06 Jan 2023

103	BEER	Jobubu Jarum Minahasa Tbk.	06 Jan 2023
104	WINE	Hatten Bali Tbk.	10 Jan 2023
105	NAYZ	Hassana Boga Sejahtera Tbk.	06 Feb 2023
106	NSSS	Nusantara Sawit Sejahtera Tbk.	10 Mar 2023
107	MAXI	Maxindo Karya Anugerah Tbk.	12 Jun 2023
108	GRPM	Graha Prima Mentari Tbk.	10 Jul 2023
109	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	28 Jun 2010
110	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.	12 Des 2013
111	STTP	Siantar Top Tbk.	16 Des 1996
112	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.	14 Feb 2000
113	TCID	Mandom Indonesia Tbk.	30 Sep 1993
114	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk.	11 Jun 1990
115	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Tra	02 Jul 1990
116	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tb	06 Mar 1990
117	FLMC	Falmaco Nonwoven Industri Tbk.	08 Jul 2021
118	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	14 Jul 1994
119	DEWI	Dewi Shri Farmindo Tbk.	18 Jul 2022
120	GULA	Aman Agrindo Tbk.	03 Agt 2022
121	JARR	Jhonlin Agro Raya Tbk.	04 Agt 2022
122	TGUK	Platinum Wahab Nusantara Tbk.	10 Jul 2023

Sumber : www.idx.co.id

2. Sample

Menurut (Sugiyono, 2015) dalam (Rahman, 2019) mengemukakan Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang ada pada populasi secara keseluruhan. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sample* dimana sampel yang dipilih oleh peneliti didasarkan pada kriteria-kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis.

Kriteria yang ditetapkan peneliti sebagai pemilihan sampel adalah sebagai berikut :

- a. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI sampai tahun 2023.
- b. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI yang masuk dalam papan pencatatan “utama”.
- c. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI sampai tahun 2019.
- d. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI yang menggunakan mata uang Rupiah (Rp).
- e. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI yang konsisten membagikan dividen dari tahun 2019-2022.
- f. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI yang mengalami kerugian.

Dibawah ini merupakan tabel proses pemilihan sampel :

Tabel III.2
Kriteria Pengambilan Sampel

NO	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i>	122
2	Perusahaan yang tidak masuk dalam papan pencatatan "utama"	-64
3	Perusahaan yang tidak terdaftar di BEI dari tahun 2019	-12
4	Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang Rupiah (Rp)	-1
5	Perusahaan yang tidak konsisten membagikan dividen dari tahun 2019-2022	-22
6	Perusahaan yang mengalami kerugian	-1
TOTAL		22
Periode Penelitian		4 tahun

Sumber : Data diolah penulis

Hasil seleksi total dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2022 yaitu 22 perusahaan.

Tabel III.3
Sampel perusahaan yang diteliti

No	Kode	Nama Perusahaan	Bidang Usaha
1	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	Minyak Nabati
2	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	Peternakan
3	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	Kelapa Sawit
4	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk.	Perdagangan Eceran
5	BISI	BISI International Tbk.	Pertanian
6	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	Bahan kimia dan makanan
7	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	Peternakan
8	DLTA	Delta Djakarta Tbk.	Bir Pilsner dan Bir Stout
9	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk.	Kelapa Sawit & Produk Kayu
10	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	Produksi Rokok
11	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Makanan Olahan
12	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb	Perkebunan
13	MYOR	Mayora Indah Tbk.	Makanan dan Minuman
14	SDPC	Millennium Pharmacon Internati	Suplemen Makanan
15	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	<i>Fast Moving Consumer goods</i>
16	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.	Produksi Rokok
17	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.	Pengolahan Beras
18	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tb	Makanan dan Minuman
19	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	Produksi Roti
20	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.	Pertanian
21	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Tra	Minuman
22	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	Makanan dan Minuman

Sumber : Data diolah penulis.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Leedy dan Ormrod (2014), dalam (Mochamad Nashrullah, Okvi Maharani, Abdul Rohman, Eni Fariyatul Fahyuni, Nurdyansyah, 2023) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data yaitu :

“Teknik pengumpulan data adalah metode atau prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dari partisipan penelitian melalui observasi, wawancara, angket, atau sumber data lainnya.”

Menurut Bryman (2016), dalam (Mochamad Nashrullah, Okvi Maharani, Abdul Rohman, Eni Fariyatul Fahyuni, Nurdyansyah, 2023) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data yaitu :

“Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk penelitiannya, seperti observasi, wawancara, dan analisis dokumen.

Menurut Creswell (2013), dalam (Mochamad Nashrullah, Okvi Maharani, Abdul Rohman, Eni Fariyatul Fahyuni, Nurdyansyah, 2023) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data yaitu :

“Teknik pengumpulan data adalah metode atau strategi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis dari berbagai sumber seperti observasi, wawancara, kuesioner, dan data sekunder.”

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Studi Dokumen

Menurut (Bowen, 2009; Ritchie & Lewis, 2003), dalam (Mochamad Nashrullah, Okvi Maharani, Abdul Rohman, Eni Fariyatul Fahyuni, Nurdyansyah, 2023) menyatakan bahwa studi dokumen adalah :

“Teknik pengumpulan data adalah metode atau strategi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis dari berbagai sumber seperti observasi, wawancara, kuesioner, dan data sekunder.”

Studi dokumen adalah jenis pengumpulan data yang melibatkan pemeriksaan berbagai jenis dokumen untuk membantu analisis. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen sekunder. Dokumen sekunder merupakan data yang berfungsi sebagai data pelengkap dalam teknik pengumpulan data. Artinya data tersebut tidak diperoleh langsung dari responden atau sumber, melainkan dari sumber sekunder, tersier, dan sebagainya. Biasanya peneliti menggunakan brosur dan lain-lain sebagai media untuk memperoleh literatur ilmiah, naskah ilmiah, surat kabar, majalah, dan data sekunder. Maka dalam penelitian ini menggunakan data yang diperoleh melalui website Bursa Efek Indonesia, Yahoo Finance, atau website resmi perusahaan terkait.

2. Penelitian Kepustakaan

Teknik kepustakaan merupakan pendekatan atau strategi yang digunakan untuk menghimpun, mengevaluasi, dan menginterpretasikan

informasi yang relevan dari sumber-sumber pustaka. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang topik penelitian atau masalah yang sedang dibahas. Proses ini meliputi pencarian literatur, membaca secara kritis, menganalisis, dan menyintesis informasi yang ditemukan dari sumber-sumber seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan penelitian, dan sumber pustaka lainnya.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen, dengan pengertian sebagai berikut :

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen, yang juga dikenal sebagai variabel bebas, adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel lain. Variabel bebas juga dapat dianggap sebagai suatu kondisi atau nilai yang, jika ada, akan menyebabkan perubahan dalam kondisi atau nilai lainnya. Menurut Surahman (2020) dalam (Ulfa, 2019) menyatakan bahwa :

“Variabel independen adalah jenis variabel yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau kemunculan variabel dependen (terikat).”

Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan. Ketiga variabel independen tersebut

digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Berikut penjelasan masing-masing variabel independen :

a. Profitabilitas (X1)

Menurut Hanafi (2012:81) dalam (Nirawati et al., 2022) berpendapat bahwa:

“Pengertian profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat pendapatan, aset, dan ekuitas tertentu.”

Profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* (ROA) :

Menurut Putri A. A (2012), dalam (Fitroh & Fauziah, 2022) menyatakan bahwa *return on asset* merupakan

“Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efisiensi suatu perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan.”

Return on asset (ROA) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

b. Leverage (X2)

Menurut Wiagustini (2010:77) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menyatakan bahwa:

“*Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek dan jangka panjang atau ukuran seberapa baik suatu perusahaan dibiayai dengan hutang.”

Menurut Weston dan Copeland (2010) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menyatakan bahwa *Leverage* dapat dihitung dengan menggunakan rasio *debt to equity ratio* (DER). Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, yang dinyatakan melalui sebagian modal ekuitas yang digunakan untuk membayar utang.

Debt to equity ratio (DER) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

c. Pertumbuhan Penjualan (X3)

Menurut (Chandrarini dan Cahyaningsih, 2018) dalam (Dhea & Sasi, 2022) menyatakan bahwa:

“Pertumbuhan penjualan merupakan tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan setiap tahunnya, yang mana semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan maka semakin baik pula kinerja perusahaan tersebut.”

Menurut Kesuma (2009) dalam (Fajriah et al., 2022) menyatakan bahwa:

“Pertumbuhan pendapatan (revenue growth) merupakan peningkatan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu.. Pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan kinerja perusahaan selama periode yang lalu dan dapat menjadi tolak ukur di masa yang akan datang.”

Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{St - St_{-1}}{St_{-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

St = Penjualan pada tahun ke t

St-1 = Penjualan pada periode sebelumnya

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil dari variabel bebas. Oleh karena itu, variabel ini disebut juga sebagai variabel terikat. Besaran variabel dependen bergantung pada nilai variabel independen, dan perubahan dalam variabel independen akan memberikan peluang perubahan dalam variabel dependen sebesar koefisien yang terkait dengan variabel independen tersebut. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* adalah rasio yang menggambarkan perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham.

Price to book value dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

G. Teknik Analisis Data

Menurut Noeng Muhadjir (1998: 104), dalam (Fajriah et al., 2022)

menyatakan bahwa :

“Analisis data merupakan upaya sistematis untuk menemukan, menggali, dan mengubah data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan sumber lainnya. Tujuannya adalah agar peneliti dapat memahami kasus yang sedang diteliti dan menyajikan temuan yang relevan untuk penelitian yang akan datang.”

Pada penelitian ini analisis data menggunakan program IBM SPSS *Statistics* 25. Pengujian analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) dalam bukunya yang berjudul *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* menjelaskan bahwa:

“Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan).”

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji apakah model regresi layak digunakan dalam penelitian ini. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

A. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018).

Uji normalitas dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik :

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka menunjukkan pola distribusi normal dan dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis maka tidak menunjukkan pola distribusi normal dan dapat dikatakan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi diantara variabel independen, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar variabel independen sama dengan 0 (Ghozali, 2018).

Untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), yaitu:

- a. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) > 10 maka terjadi multikolinearitas.

C. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi atau tidak terjadi korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya. Autokorelasi terjadi karena nilai residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah

regresi yang terbebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson*.

Pengambilan keputusan terjadi atau tidaknya autokorelasi, sebagai berikut :

- a. Angka D-W dibawah -2 menandakan terjadinya autokorelasi positif.
- b. Angka D-W diantara -2 sampai +2 menandakan tidak terjadi autokorelasi.
- c. Angka D-W diatas +2 menandakan terjadinya autokorelasi negatif.

D. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali, 2018).

Dengan dasar analisis :

- a. Apabila terdapat pola tertentu seperti titik – titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar

kemudian menyempit) maka ada indikasi telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Apabila tidak ada pola yang jelas dan titik – titik menyebar diatas serta dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi pada dasarnya digunakan untuk mengetahui ketergantungan atau pengaruh satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Model persamaan regresi yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1ROA + \beta_2DER + \beta_3SG + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan (PBV)

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi

ROA = Profitabilitas

DER = *Leverage*

SG = Pertumbuhan Penjualan

ε = *error*

4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap perumusan masalah yang sudah ditetapkan dalam suatu penelitian. Rumusan masalah penelitian telah ditetapkan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena jawaban baru berdasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta empiris yang didapatkan melalui pengumpulan data (Nugroho, 2018).

A. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R² kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Sedangkan, jika nilai R² mendekati satu maka variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

B. Uji Statistik T (Parsial)

Uji statistik t bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria berikut :

- a. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$. Artinya secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$. Artinya secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

C. Uji Statistik F (Simultan)

Uji statistik f digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$. Artinya secara simultan variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

b. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$. Artinya secara simultan variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

