



**PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN
PENJUALAN, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor
Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2021-2024)**

SKRIPSI

Oleh :

DEWI KUMALA TRIHARDJA

20210100017

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN**

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

2025



**PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN
PENJUALAN, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor
Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2021-2024)**

SKRIPSI

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

Oleh :

DEWI KUMALA TRIHARDJA

20210100017

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

2025

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Kumala Trihardja
NIM : 20210100017
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024).

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

Tangerang, 28 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing,

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



Sabam Simbolon, S.E., M.M.
NUPTK : 2539737638130052



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt
NUPTK : 1433746647130352



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024).

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Dewi Kumala Trihardja
NIM : 20210100017
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis

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


Tangerang, 28 Juli 2025

Menyetujui,
Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Sabam Simbolon, S.E., M.M.
NUPTK : 2539737638130052



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt
NUPTK : 1433746647130352



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sabam Simbolon, S.E., M.M.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Dewi Kumala Trihardja

NIM : 20210100017

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024).

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Menyetujui,
Pembimbing,

Tangerang, 28 Juli 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Sabam Simbolon, S.E., M.M.
NUPTK : 2539737638130052



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NUPTK : 1433746647130352



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Dewi Kumala Trihardja
NIM : 20210100017
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024).

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat "**SANGAT MEMUASKAN**" oleh Tim Penguji pada hari Jumat, tanggal 15 Agustus 2025.

Nama Penguji


Tanda Tangan

Ketua Penguji : Etty Herijawati, S.E., M.M.
NUPTK : 2748748649230102

Penguji I : Susanto Wibowo, S.E., M.Akt
NUPTK : 1433746647130352

Penguji II : Benyamen Minggu Melatnebar, S.E., M.Ak.
NUPTK : 7946759660130172

Dekan Fakultas Bisnis,


Rr Dian Anggraeni, S.E., M.Si
NUPTK : 9759751652230072





SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis berupa skripsi ini adalah hasil karya asli saya dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik sarjana di Universitas Buddhi Dharma maupun di universitas lainnya.
2. Karya tulis ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran, perumusan, dan penelitian original saya sendiri, dengan pengecualian pada arahan yang diberikan oleh dosen pembimbing.
3. Tidak terdapat karya atau pendapat orang lain dalam karya tulis ini yang telah diterbitkan atau dipublikasikan, kecuali telah disebutkan secara jelas dan tertulis sebagai referensi dalam naskah, dengan menyebutkan nama penulisnya serta mencantumkannya dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis berupa skripsi ini bebas dari unsur pemalsuan, baik dalam bentuk buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data kuesioner, pengolahan data, maupun tanda tangan dosen, Ketua Jurusan, Dekan, atau Rektor Universitas Buddhi Dharma. Keaslian seluruh data yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan.
5. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya penyimpangan atau ketidakbenaran dalam isi pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 22 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Dewi Kumala Trihardja

NIM : 20210100017

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20210100017

Nama : Dewi Kumala Trihardja

Jenjang Studi : Strata - 1

Jurusan : Akuntansi

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Esklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: “ Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021 – 2022). “ beserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Esklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin 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 sebenarnya.

Tangerang, 28 Juli 2025

Penulis



(Dewi Kumala Trihardja)

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh dari profitabilitas, pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel bebas pada penelitian ini antara lain profitabilitas, pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan. Sementara variabel terikat pada penelitian ini ialah nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari 27 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021–2024 dengan total awal 108 data. Setelah identifikasi, ditemukan outlier pada beberapa variabel sehingga dilakukan transformasi logaritma natural (Ln) pada variabel profitabilitas dan nilai perusahaan untuk mendekati distribusi normal. Selanjutnya, untuk mengatasi autokorelasi, diterapkan transformasi LAG, sehingga data akhir yang dianalisis menjadi 107 data. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 27 melalui uji statistik deskriptif, asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas, pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, Ukuran perusahaan, Nilai perusahaan

**THE EFFECT OF PROFITABILITY, SALES GROWTH, LEVERAGE, AND
COMPANY SIZE ON FIRM VALUE**
*(Empirical Study on Food and Beverage Subsector Manufacturing Companies
Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2021–2024 Period)*

ABSTRACT

The purpose of this study is to empirically examine the influence of profitability, sales growth, leverage, and firm size on firm value. The independent variables in this study include profitability, sales growth, leverage, and firm size, while the dependent variable is firm value.

This study uses secondary data from 27 food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2021–2024, with an initial total of 108 data points. After identification, outliers were found in several variables, prompting the use of natural logarithm (\ln) transformation on the profitability and firm value variables to approximate a normal distribution. Furthermore, to address autocorrelation, a LAG transformation was applied, resulting in a final total of 107 data points for analysis. Data processing was conducted using SPSS version 27 through descriptive statistics tests, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.

The results of the study indicate that profitability and leverage have a significant influence on firm value, while sales growth and firm size do not show a significant effect on firm value. However, profitability, sales growth, leverage, and firm size collectively (simultaneously) have a significant effect on firm value.

Keywords: *Profitability, Sales Growth, Leverage, Company Size, Firm Value*

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang mendalam dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Akuntansi di Universitas Buddhi Dharma, Tangerang. Skripsi ini mengangkat judul: **“Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024)”** skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan, khususnya kepada:

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP.,CTC selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt. selaku Ketua Program Studi (S1) Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.

4. Bapak Sabam Simbolon, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, materi, nasehat, waktu serta semangat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
5. Seluruh Dosen Universitas Buddhi Dharma yang telah membagikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga dan bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua yang paling berjasa yaitu Papa Lukita Trihardja dan Mama Nanie tercinta, sebagai tanda bukti dan hormat serta rasa terima kasih yang tiada terhingga yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seseroang yang tidak kalah penting kehadirannya. Yogi Lucky Dhamma Putra selaku kekasih yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, serta dengan setia mendengarkan segala keluh kesah penulis selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman – teman seperjuangan, Vanessa Rose Mulsito dan Fresila Octavia, yang menemani dan memberikan dukungan serta pengetahuan selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
9. Saudara – saudara lainnya, Penthy Kumala, Nova Liana Trihardja dan Tirta Saputra yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman di Universitas Buddhi Dharma yang telah berbagi ilmu dan lain-lain selama delapan (8) semester menempuh pendidikan di Universitas Buddhi Dharma.
11. Saudara-saudara dan semua teman-teman penulis serta pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih karena telah banyak memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan skripsi ini. Sebagai penutup, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, serta berkontribusi dalam menambah wawasan di masa mendatang.

Tangerang, 28 Juli 2025

Dewi Kumala Trihardja

DAFTAR ISI

JUDUL LUAR

JUDUL DALAM

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Gambaran Umum Teori.....	11
1. Laporan Keuangan.....	11
2. Profitabilitas.....	16
3. Pertumbuhan Penjualan.....	22
4. Leverage.....	24
5. Ukuran perusahaan.....	30
6. Nilai Perusahaan.....	36
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pemikiran.....	54
D. Hipotesa Penelitian.....	55
1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	56
2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.....	57
3. Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan.....	58
4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	58
5. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Jenis Penelitian.....	60
B. Objek Penelitian.....	60
C. Jenis dan Sumber Data.....	61
D. Populasi dan Sampel.....	61
1. Populasi.....	61

2. Sampel.....	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	63
F. Operasional Variabel Penelitian.....	64
1. Variabel Independen (X).....	64
2. Variabel Dependen (Y).....	67
G. Teknik Analisis Data.....	69
1. Uji Statistik Deskriptif.....	69
2. Uji Asumsi Klasik.....	70
3. Uji Statistik.....	73
4. Uji Hipotesis.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	76
1. Variabel Independen (X).....	80
2. Variabel Terikat (Y).....	107
B. Analisis Hasil Penelitian.....	113
1. Statistik Deskriptif.....	113
2. Uji Asumsi Klasik.....	115
3. Uji statistik.....	122
C. Pengujian Hipotesis.....	126
1. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	126
2. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	129
D. Pembahasan.....	130
1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	130

2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan	131
3. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan	132
4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	133
5. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Secara Simultan Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.....	134
BAB V PENUTUP	137
A. Kesimpulan	137
B. Saran	138
DAFTAR PUSTAKA.....	100
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	105
SURAT KETERANGAN RISET	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1	Hasil Penelitian Tedahulu.....	39
Tabel III. 1	Operasional Variabel.....	68
Tabel IV. 1	Tahap Seleksi Kriteria Metode <i>Purposive Sampling</i>	76
Tabel IV. 2	Daftar Nama Perusahaan yang Menjadi Sampel	78
Tabel IV. 3	Hasil Perhitungan Profitabilitas (ROA)	80
Tabel IV. 4	Hasil Perhitungan Pertumbuhan Penjualan (GS).....	85
Tabel IV. 5	Hasil Perhitungan Leverage (DAR).....	91
Tabel IV. 6 I	Tabulasi Data Ukuran Perusahaan (LN)	96
Tabel IV. 7	Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan (PBV).....	107
Tabel IV. 8	Hasil Uji Statistik Deskriptif	113
Tabel IV. 9	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test.....	116
Tabel IV. 10	Hasil Uji Multikolinearitas	118
Tabel IV. 11	Hasil Uji Durbin Watson.....	121
Tabel IV. 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	122
Tabel IV. 13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	124
Tabel IV. 14	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	128
Tabel IV. 15	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	55
Gambar IV. 1	116
Gambar IV. 2	120



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan Yang Menjadi Sampel
- Lampiran 2 Perhitungan Profitabilitas (ROA)
- Lampiran 3 Perhitungan Pertumbuhan Penjualan (GS)
- Lampiran 4 Perhitungan Leverage (DAR)
- Lampiran 5 Perhitungan Ukuran Perusahaan (LN)
- Lampiran 6 Perhitungan Nilai Perusahaan (PBV)
- Lampiran 7 Tabel Distribusi Durbin-Watson
- Lampiran 8 Tabel Distribusi t
- Lampiran 9 Tabel Distribusi F
- Lampiran 10 Laporan Keuangan (Sebagian Sampel)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Banyak perusahaan besar yang ada, di ikuti dengan banyaknya perusahaan kecil. Setiap perusahaan yang didirikan memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai, dan untuk mencapainya, perusahaan harus menerapkan berbagai strategi. Industri makanan dan minuman sangat penting bagi masyarakat, sehingga prospeknya sangat menguntungkan baik sekarang maupun di masa depan (Permatasari et al., 2022). Setiap perusahaan yang didirikan tentu bertujuan untuk mencapai target yang telah ditetapkan melalui penerapan strategi-strategi tertentu. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham adalah kemampuan dalam membayar dividen (Rachmawati Dwi, 2015).

Nilai perusahaan menggambarkan kondisi dimana perusahaan memperoleh kepercayaan dari masyarakat melalui kegiatan operasional yang dilakukan sejak perusahaan itu didirikan. Nilai perusahaan dapat dipandang sebagai harta yang di tawarkan dan disepakati untuk dibayar oleh pembeli (Gunardi,2022). Nilai perusahaan berfungsi sebagai indikator yang penting untuk mempengaruhi pandangan perusahaan, sehingga nilai perusahaan menjadi fokus banyak pihak karena memberikan Gambaran

tentang kondisi perusahaan yang sesungguhnya. Investor akan mendapatkan keuntungan jika harga saham perusahaan tinggi. Harga saham yang tinggi akan sebanding dengan tingginya nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin besar pula rasa percaya investor terhadap perusahaan tersebut (Indriaty et al., 2024).

Nilai perusahaan tidak hanya dapat diukur melalui saham perusahaan saja. Untuk menilai seberapa tinggi nilai perusahaan, terdapat berbagai metode yang dapat digunakan, dengan salah satunya menggunakan alat ukur *Price to Book Value (PBV)* .(Dina & Wahyuningtyas, 2022). Apabila nilai PBV semakin tinggi maka akan semakin besar juga tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai tujuannya. Ada pula indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, leverage, ukuran perusahaan.

Profitabilitas berguna untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam periode waktu tertentu. Semakin tinggi profitabilitas, maka akan semakin menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, karena mereka menganggap bahwa potensi return yang diperoleh juga akan lebih besar (Kusumaningrum & Iswara, 2022) Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi cenderung lebih banyak memanfaatkan pinjaman untuk mendapatkan keuntungan dari penghematan pajak. Profitabilitas merupakan ukuran efisiensi perusahaan dalam menghasilkan return dari penjualan dan

kegiatan investasi. Rasio profitabilitas meliputi margin pendapatan, kekuatan pendapatan dasar, pengembalian aset, dan pengembalian ekuitas. Salah satu rasionya dapat dilihat dari tingkat rasio *Return On Asset* (ROA) yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba rugi perusahaan. *Return On Asset* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif modal yang diinvestasikan dalam total aset perusahaan yang dapat menghasilkan laba bersih (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

Pertumbuhan penjualan yang terus meningkat menunjukkan bahwa kinerja perusahaan membaik, karena penjualan telah meningkat dibandingkan periode sebelumnya. Hal ini berarti pendapatan yang lebih tinggi, yang dapat berkontribusi pada peningkatan produktivitas perusahaan (Ahmad & Verdika, 2023). Pertumbuhan penjualan memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan, karena dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola penjualannya melalui peningkatan strategi yang telah di rencanakan sebelumnya. Salah satu indikator pertumbuhan penjualan yang dapat dilihat adalah kenaikan penjualan dari tahun ke tahun, terutama yang tercermin dari hasil penjualan pada tahun sebelumnya (Fauziah & Kurnia, 2021).

Leverage merujuk pada penggunaan aset dan sumber daya oleh perusahaan yang memiliki kewajiban tetap berupa bunga, dengan tujuan untuk meningkatkan potensi keuntungan bagi pemegang saham, secara umum, perusahaan memanfaatkan utang untuk membiayai kegiatan

operasional yang tidak dapat dipenuhi hanya dengan modal sendiri. *Leverage* dapat mempengaruhi perusahaan karena pembiayaan perusahaan bergantung pada utang (Hera & Pinem, 2017).

Ukuran perusahaan ditunjukkan pada jumlah total aktiva yang ada di dalam perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan tercermin dari besarnya total aset dan modal yang digunakan oleh perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin erat kaitannya dengan keputusan pendanaan yang diambil perusahaan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Perusahaan besar dengan jumlah saham yang lebih banyak akan memiliki dampak yang lebih kecil terhadap hilangnya kontrol dari pemegang saham dominan, sehingga perusahaan besar cenderung lebih berani menerbitkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan kecil (Dina & Wahyuningtyas, 2022).

Ada juga terdapat kasus yang terjadi di Indonesia diantaranya pada, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) catatkan raport merah di 2024. Pasalnya, laba bersih perseroan menurun hampir 30% atau tepatnya 29,83% menjadi Rp3,36 triliun dari Rp4,8 triliun pada 2023. Informasi tersebut disampaikan perseroan dalam laporan keuangan yang dipublikasi di Jakarta, kemarin. Selain itu, perseroan juga mencatatkan penurunan penjualan bersih sebesar 8,99% secara tahunan (year on year/YoY) menjadi Rp35,14 triliun dari posisi Rp38,61 triliun pada tahun sebelumnya. Melemahnya penjualan UNVR disebabkan oleh segmen kebutuhan rumah tangga dan perawatan tubuh yang terkoreksi sebesar 10,83% YoY menjadi Rp22,42 triliun.

Adapun, segmen makanan dan minuman berkontribusi sebesar Rp12,71 triliun, turun 5,56% YoY. Sejalan dengan penurunan penjualan, harga penjualan pokok perusahaan juga turun sebesar 5,18% secara tahunan menjadi Rp18,41 triliun. Hal tersebut membuat UNVR meraih laba kotor senilai Rp16,71 triliun sepanjang 2024, atau terkoreksi 12,89% YoY. Sementara itu, laba usaha UNVR sepanjang tahun lalu tercatat sebesar Rp4,41 triliun. Jumlah ini menurun hingga 29,69% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai Rp6,27 triliun. Unilever Indonesia juga membukukan EBITDA menyusut 26,83% menjadi Rp5,29 triliun dibandingkan Rp7,23 triliun pada periode sebelumnya. Dari sisi fundamental, total aset UNVR per 31 Desember 2024 mengalami penurunan sebesar 3,71% menjadi Rp16,04 triliun. Liabilitas perusahaan justru mengalami kenaikan sebesar 4,62% menjadi Rp13,89 triliun, sedangkan ekuitas merosot 36,44% menjadi Rp2,14 triliun. Kas dan setara kas Unilever Indonesia juga mengalami penurunan signifikan sebesar 34,24% secara tahunan menjadi Rp671,18 miliar, dari posisi Rp1,02 triliun pada 2023. Pada perdagangan kemarin, saham UNVR terpantau melemah di tengah IHSG. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), saham UNVR ditutup melemah 3,51% ke level Rp1.375. Banderol ini turut mencerminkan penurunan sebesar 27,06% year to date (YtD). Penurunan saham UNVR terjadi seiring dengan rebalancing indeks MSCI Global Standard untuk periode Februari 2025. MSCI diketahui telah mengumumkan evaluasi

indeks dengan periode efektif pada 3 Maret 2025 sampai dengan 2 Juni 2025.

sumber : (<https://www.newneraca.neraca.co.id/article/214453/kinerja-unilever-indonesia-2024-laba-dan-penjualan-kompak-melorot-tajam>)

Berdasarkan beberapa peneliti terdahulu yang meneliti terkait nilai perusahaan yang menggunakan variabel independent profitabilitas, pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan menggambarkan adanya perbedaan dari hasil penelitian terdahulu dan dapat dilihat dari latar belakang yang ada, sehingga membuat peneliti tertarik untuk mengkaji kembali dari variabel yang terkait diformulasikan dalam sebuah judul peneliti yaitu **“PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2021-2024)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan diatas terdapat beberapa perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya, oleh karena itu diminta untuk mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya penurunan kinerja keuangan yang dialami oleh PT Unilever (UNVR)

2. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya investor terhadap perusahaan akan meningkat.
3. Adanya pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Adanya pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan.
5. Adanya pengaruh Leverage terhadap nilai perusahaan.
6. Adanya pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh signifikansi terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah Pertumbuhan Penjualan signifikansi berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikansi terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikansi terhadap nilai perusahaan ?
5. Apakah Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan bersama-sama dapat berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, berikut adalah tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

E. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat menambah pengetahuan serta meningkatkan pengetahuan tentang Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini penulis berharap dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk peneliti selanjutnya khususnya berkaitan dengan

Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

3. Bagi Investor dan Calon Investor

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada investor dan calon investor mengenai faktor yang dapat mengevaluasi perusahaan dan dapat memilih-milih perusahaan untuk menanamkan modal.

4. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah bentuk referensi dalam melaksanakan penelitian lain yang sejenis dan dapat digunakan sebagai tambahan wawasan yang berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

F. Sistematika Penulisan

Dalam upaya mempermudah pemaparan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis dalam penelitian ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menjabarkan pandangan umum mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesa.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Di dalam bab ini penulis menguraikan mengenai jenis dan objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sample, teknis pengumpulan data serta operasionalisasi variabel penelitian dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini didalamnya memuat tentang Gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data yaitu analisis deskripsi mengenai dan pembahasan tentang pengujian hipotesis menggunakan analisis tertentu, serta implikasi hasil uji hipotesis pada subjek penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis menguraikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan memberikan rekomendasi atau saran yang diharapkan bisa bermanfaat dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

1. Laporan Keuangan

a. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) No.1 tahun 2020 adalah sebagai berikut :

“ Laporan keuangan adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan ini bertujuan untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi.”

Menurut (Abdul Karim et al., 2021) mengatakan bahwa pengertian laporan keuangan adalah :

“ Laporan keuangan adalah berkas yang berisi pencatatan keuangan, yaitu segala macam transaksi yang melibatkan uang, baik transaksi pembelian maupun penjualan dan kredit. Laporan ini dibuat untuk periode tertentu, tergantung kebijakan dari pembuat laporan keuangan. ”

Menurut (Hasan et al., 2022) mengatakan bahwa pengertian laporan keuangan adalah :

“ Laporan keuangan adalah sebuah dokumen atau catatan tertulis yang menyampaikan aktivitas atau kegiatan bisnis dan kinerja keuangan dalam suatu perusahaan. Laporan ini sering di audit oleh lembaga pemerintah, akuntan, firma, dan lain-lain untuk memastikan keakuratan, tujuan pajak, pembiayaan, atau investasi. Laporan keuangan ini dibuat dalam periode tertentu, setiap bulan, 3 bulan sekali, atau setahun sekali. “

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah dokumen yang menyajikan catatan aktivitas keuangan suatu perusahaan dalam periode tertentu.

b. Jenis – jenis Laporan Keuangan

1. Laporan Posisi Keuangan (Neraca)

Menurut (Sumantri, 2019) mengatakan bahwa laporan posisi keuangan adalah :

“ Neraca atau dalam istilah akuntansi disebut balance sheet merupakan laporan yang berfungsi menunjukkan posisi dan kondisi perusahaan dalam periode tertentu. “

Menurut (Aripin & Negara, 2021) mengatakan bahwa laporan neraca adalah :

“ Neraca mencakup daftar sistematis aktiva (*assets*), utang (*liabilities*) dan modal (*ekuitas*) dalam periode waktu tertentu.

Jadi dapat disimpulkan laporan neraca adalah laporan keuangan yang paling umum di susun oleh akuntan perusahaan. Laporan ini digunakan untuk menampilkan kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu. Isinya mencakup informasi mengenai jumlah dan jenis aset, kewajiban, serta ekuitas perusahaan. Tujuan utama dari laporan keuangan ini adalah untuk menyajikan data keuangan yang dapat

dimanfaatkan dalam perhitungan tingkat pengembalian perusahaan, serta untuk menganalisis struktur permodalan yang dimiliki perusahaan.

2. Laporan Laba Rugi

Menurut (Sumantri, 2019) mengatakan bahwa laporan laba rugi adalah :

“ Laporan laba rugi merupakan hal yang sangat penting diketahui oleh perusahaan, untuk melihat apakah kegiatan operasional yang dilakukan selama ini berhasil atau tidak.”

Menurut (Aripin & Negara, 2021) mengatakan bahwa laporan laba rugi adalah :

“ Laporan laba rugi menguraikan unsur-unsur pendapatan dan beban perusahaan yang selanjutnya akan menghasilkan laba dan rugi. “

Dapat disimpulkan dari pengertian menurut para ahli di atas bahwa laporan laba rugi adalah laporan keuangan yang menunjukkan hasil kinerja usaha perusahaan dalam suatu periode tertentu. Di dalamnya tercantum berbagai macam data, seperti total pendapatan, asal pendapatan, jumlah biaya, dan jenis pengeluaran yang terjadi selama periode tersebut. Laporan ini bertujuan untuk menilai tingkat laba (Profitabilitas) perusahaan serta mengevaluasi performa ekonomi usaha.

3. Laporan Perubahan Modal

Menurut (Sumantri, 2019) mengatakan bahwa laporan perubahan modal adalah :

“ Laporan perubahan modal atau yang biasa disebut *capital statement* dalam istilah akuntansi merupakan laporan yang memberikan informasi mengenai perubahan modal atau ekuitas perusahaan dalam periode tertentu. “

Menurut (Aripin & Negara, 2021) mengatakan bahwa laporan perubahan modal adalah :

“ Laporan perubahan modal merupakan laporan keuangan yang disusun untuk menunjukkan perubahan naik atau turunnya aktiva dalam periode waktu tertentu. “

Jadi dapat disimpulkan bahwa laporan perubahan modal adalah salah satu jenis laporan keuangan yang menyajikan informasi secara rinci mengenai besarnya modal serta jenis-jenis modal yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu. Di dalam laporan perubahan modal juga dijelaskan mengenai bagaimana kondisi modal tersebut mengalami perubahan, baik dari peningkatan maupun penurunan, serta faktor-faktor yang menjadi penyebab dari perubahan tersebut, seperti tambahan investasi, laba bersih, atau penarikan modal oleh pemilik. Laporan ini berperan penting dalam memberikan gambaran yang jelas mengenai

ekuitas perusahaan, sehingga memudahkan pihak internal ataupun eksternal, seperti manajemen, investor, atau kreditur, dalam mengevaluasi kestabilan finansial dan kinerja perusahaan dari sisi permodalan.

4. Laporan Arus Kas

Menurut (Sumantri, 2019) mengatakan bahwa laporan arus kas adalah :

“ Laporan arus kas memuat informasi sumber dan penggunaan kas perusahaan selama satu periode tertentu, misalnya satu bulan atau satu tahun. “

Menurut (Aripin & Negara, 2021) mengatakan bahwa laporan arus kas adalah :

“ Laporan arus kas disebut juga *cashflow* yang mempunyai fungsi untuk mengetahui perputaran arus dana suatu perusahaan. “

Jadi dapat disimpulkan laporan arus kas adalah salah satu jenis laporan keuangan yang berfungsi untuk menunjukkan pergerakan kas perusahaan dalam suatu periode tertentu. Laporan ini mencerminkan kas yang diterima, baik dari hasil pendapatan maupun pinjaman dari pihak eksternal, serta kas yang dikeluarkan untuk membiayai berbagai aktivitas operasional perusahaan. Secara umum, laporan arus kas ini dapat dijelaskan sebagai ringkasan

transaksi penerimaan dan pengeluaran kas yang terjadi dalam perusahaan selama kurun waktu tertentu.

c. Tujuan Laporan Keuangan

Tujuan laporan keuangan adalah untuk menyajikan informasi kepada pihak – pihak yang berkepentingan mengenai keadaan suatu perusahaan, yang disajikan dalam bentuk angka – angka dengan satuan mata uang (Hidayat, 2018). Laporan keuangan juga menyajikan informasi secara lengkap dan sistematis mengenai posisi keuangan, hasil kinerja, serta arus kas perusahaan. Informasi tersebut memiliki peran yang sangat penting bagi pihak – pihak yang berkepentingan, karena dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi yang signifikan dan strategis (Nur, 2020).

2. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Menurut Jenni (2019), dalam Chandi & Herijawati (2023) mengatakan bahwa pengertian profitabilitas adalah :

“Laba mencerminkan kinerja keuangan sekaligus hasil pengelolaan keuangan perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula laba bersih yang diperoleh perusahaan.“

Menurut Kurniawan & Herijawati, (2022), mengatakan bahwa pengertian profitabilitas adalah :

“Menurut ROA adalah ukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya guna menghasilkan laba.”

Menurut Lusiawati & Melatnebar (2025), mengatakan bahwa pengertian profitabilitas adalah :

“ROA digunakan untuk menilai sejauh mana efektivitas perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi ROA, semakin besar pula kewajiban pajak yang harus ditanggung, sehingga dapat mendorong perusahaan menerapkan strategi penghindaran pajak.”

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan mampu memperoleh keuntungan atau laba secara maksimal melalui pemanfaatan aset, modal, dan kegiatan operasional yang dijalankan. Rasio ini menggambarkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu dengan mengelola sumber daya yang dimiliki secara optimal.

b. Manfaat dan Tujuan Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan yang tidak hanya bermanfaat bagi pemilik perusahaan dan manajemennya, tapi juga bermanfaat bagi pihak eksternal perusahaan, yang paling utama dari pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan

perusahaan. Adapun tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas, baik untuk perusahaan ataupun pihak luar, antara lain :

1. Menilai atau menghitung laba yang berhasil diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Membandingkan posisi laba perusahaan antara tahun sebelumnya dengan tahun yang sedang berjalan.
3. Melihat perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengukur tingkat produktivitas dari seluruh dana yang digunakan perusahaan, dari modal sendiri.
5. Menilai produktivitas penggunaan dana perusahaan secara keseluruhan, baik yang berasal dari pinjaman maupun dari modal sendiri.

c. Jenis – Jenis Profitabilitas

Profitabilitas digunakan untuk menilai seberapa efektif kinerja manajemen secara keseluruhan, yang tercermin dari besarnya keuntungan yang diperoleh baik dalam penjualan ataupun investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitas, maka akan semakin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang optimal. Di dalam penelitian yang dilakukan. Terdapat beberapa jenis pengukuran rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghitung laba. Di

dalam buku (Susrama, 2024a) dalam praktiknya menyatakan bahwa jenis – jenis rasio profitabilitas dapat digunakan sebagai berikut :

1. *Return On Assets* (ROA)

ROA menilai tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan. Rasio ini menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aset guna menciptakan nilai tambah. Semakin tinggi rasio ini maka akan semakin baik keadaan perusahaan. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ROA :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Return On Equity* (ROE)

ROE mengukur seberapa besar tingkat pengembalian yang diterima pemilik perusahaan atas investasi yang mereka tanamkan. Rasio ini memberikan gambaran tentang efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemiliknya. Semakin tinggi rasio ini maka perusahaan semakin kuat, demikian sebaliknya. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ROE :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

3. *Net Profit Margin*

Net profit margin menggambarkan presentase laba bersih yang dihasilkan dari total pendapatan perusahaan setelah semua biaya

dikurangkan. Rasio ini membantu menilai seberapa efisien perusahaan dalam mengelola biaya operasionalnya. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Profit Margin* :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

4. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin mengukur presentase laba kotor yang diperoleh dari total pendapatan perusahaan setelah dikurangi biaya langsung produksi. Rasio ini memberikan gambaran mengenai efisiensi perusahaan dalam proses penjualan produk atau jasa. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *Gross profit margin* :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bruto}}{\text{Penjualan}}$$

5. *Operating Profit Margin*

Operating profit margin mengukur persentase laba operasionalnya yang dihasilkan dari total pendapatan perusahaan setelah dikurangi seluruh biaya operasionalnya. Rasio ini berfungsi untuk menilai efisiensi operasional perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung *Operating profit margin* :

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Return On Assets untuk mengukur tingkat profitabilitas, karena ROA berfungsi

sebagai alat untuk menilai profitabilitas dari setiap produk yang dihasilkan perusahaan. Dengan penerapan sistem biaya produksi yang efektif, modal dan biaya yang dapat dialokasikan secara tepat ke berbagai produk, sehingga profitabilitas masing-masing produk dapat dihitung. Jika laba yang dihasilkan tinggi, maka kinerja perusahaan dapat dikatakan baik, dan juga sebaliknya (Bintang,2022).

d. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu aspek penting dalam keuangan yang berdampak pada nilai perusahaan. Profitabilitas juga mencerminkan seberapa besar laba bersih yang mampu dihasilkan perusahaan melalui kegiatan operasionalnya. Para pemegang saham selalu mengharapkan imbalan atas investasi yang mereka tanamkan di perusahaan (Raningsih & Artini, 2018). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba besar bagi para pemegang saham. Perusahaan yang meraih keuntungan besar juga menunjukkan kemampuannya dalam membayar dividen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Chumaidah, 2018). Profitabilitas yang tinggi juga dapat mencerminkan prospek perusahaan, sehingga mendapat respon yang positif dari para investor dan mendorong

kenaikan harga saham. Peningkatan harga saham di pasar akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

3. Pertumbuhan Penjualan

a. Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Yulimtinan & Atiningsih, 2021) mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah :

“Pertumbuhan penjualan adalah salah satu indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan perusahaan maka akan mencerminkan bahwa perusahaan mempunyai prospek yang bagus untuk menghasilkan return bagi para investor. “

Menurut Prihadi (2019), dalam Kristiawan & Wibowo (2023), mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah :

“pada kondisi pertumbuhan, *Sales Growth* perusahaan menjadi faktor yang menarik. Lamanya perusahaan dapat terus bertumbuh ditentukan pada fase ini, yang dapat dilihat melalui rasio *sales growth*.”

Menurut Lusawati & Melatnebar (2025), mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah :

“Pertumbuhan Penjualan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari tahun ke tahun. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan, semakin besar pula potensi laba yang dihasilkan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kebijakan perusahaan dalam mengatur kewajibannya.”

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan pengertian pertumbuhan penjualan adalah salah satu indikator penting dari kinerja perusahaan, karena penjualan menjadi salah satu sumber utama pendapatan perusahaan. Semakin stabil dan tinggi penjualan

yang dihasilkan, maka akan semakin positif juga dampaknya terhadap kelangsungan hidup perusahaan itu.

b. Rasio Pertumbuhan Penjualan

Kemampuan perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan produk atau jasa yang dihasilkan melalui strategi yang diterapkan. Jika perusahaan gagal meningkatkan penjualannya, maka ada risiko kalah dalam persaingan pasar. Bagi investor pertumbuhan penjualan menjadi faktor penting karena mereka ingin memastikan apakah perusahaan tersebut menunjukkan Kembangangan atau tidak.

Menurut (Setyawati et al., 2024) rasio pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

c. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor kunci bagi setiap perusahaan. Tingkat penjualan menjadi salah satu penentu utama besar kecilnya nilai perusahaan. Penjualan memiliki pengaruh signifikan karena berkaitan dengan peningkatan laba yang diharapkan. Tingginya penjualan akan mendorong kenaikan nilai perusahaan, sebab pertumbuhan penjualan yang lebih cepat dibandingkan kenaikan biaya akan meningkatkan laba.

Pertumbuhan penjualan yang kuat memberikan dampak positif terhadap profitabilitas, menarik minat investor untuk berinvestasi, meningkatkan permintaan, mendorong kenaikan harga saham, dan pada akhirnya berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penjualan dari tahun ketahun dapat memberikan dampak terhadap efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya perusahaan. Peningkatan atau penurunan penjualan ini menjadi salah satu indikator penting yang mencerminkan kualitas pertumbuhan perusahaan, apakah menunjukkan tren yang positif atau negative. Dengan memantau tren penjualan secara berkelanjutan, perusahaan diharapkan mampu memperoleh gambaran yang lebih jelas dan akurat mengenai potensi laba yang bisa dicapai di masa mendatang.

4. Leverage

a. Pengertian *Leverage*

Leverage adalah alat untuk menilai sejauh mana perusahaan bergantung pada kreditur dalam pendanaan asetnya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi menunjukkan ketergantungan yang besar terhadap sumber pinjaman eksternal untuk membiayai aset – asetnya. Sementara itu, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah cenderung membiayai aset-asetnya menggunakan modal sendiri.

Menurut (Hartati, 2024) mengatakan bahwa pengertian *leverage* adalah :

“leverage adalah kemampuan suatu bisnis untuk menggunakan aset atau modal dengan biaya tetap (hutang atau ekuitas) untuk mencapai tujuan bisnis guna memaksimalkan nilai bisnis tersebut. “

Menurut (Mendrofa et al., 2024) mengatakan bahwa pengertian *leverage* adalah :

“Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan akan tetapi, di sisi lain leverage dapat juga menurunkan keuntungan perusahaan. “

Menurut (Silalahi et al., 2023) mengatakan bahwa pengertian *leverage* adalah :

“*Leverage* adalah penggunaan dana hutang atau pinjaman yang dipergunakan untuk meningkatkan return atau keuntungan dalam bisnis atau investasi. “

b. Jenis – Jenis *Leverage*

Adapun jenis – jenis dalam *leverage*, berikut penjelasan adalah sebagai berikut :

1. *Leverage* Operasi

Leverage operasi muncul ketika perusahaan menggunakan aset yang menghasilkan biaya tetap. Tanpa biaya tetap, perusahaan akan lebih menguntungkan karena biaya akan berkurang seiring berjalannya kegiatan. Namun, dengan adanya biaya tetap,

perusahaan juga harus memproduksi dan menjual dalam jumlah tertentu untuk menghindari kerugian. Meskipun peningkatan leverage operasi dapat menabuh risiko, hal ini juga dapat meningkatkan potensi pengembalian dana.

2. *Leverage Keuangan*

Leverage keuangan merujuk pada perubahan biaya tetap, seperti biaya bunga, pinjaman, yang dapat menyebabkan perubahan besar dalam harga. *Leverage* keuangan juga mengacu pada penggunaan sekuritas yang memberikan penghasilan tetap, seperti utang dan saham preferen, serta risiko keuangan yang terkait.

3. *Leverage Total*

Gabungan antara leverage operasi dan leverage keuangan menghasilkan total *leverage*, yang menggambarkan perubahan laba pemegang saham yang dipengaruhi oleh penjualan. Total *leverage* di hitung dengan membagi margin kontribusi dengan laba operasi setelah dikurangi bunga. Kombinasi keduanya memperbesar dampak perubahan penjualan terhadap laba per saham, serta meningkatkan risiko dan variasi laba per saham.

c. Tujuan dan Manfaat *Leverage*

Leverage memiliki tujuan dan manfaat yaitu :

1. Menilai posisi total kewajiban perusahaan kepada kreditur, terutama bila dibandingkan dengan jumlah aset atau modal yang dimiliki.
2. Menilai posisi kewajiban jangka panjang perusahaan terhadap total modal yang dimiliki.
3. Mengevaluasi kemampuan aset perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya, termasuk kewajiban tetap seperti pembayaran angsuran pokok pinjaman beserta bunga secara berkala.
4. Menilai seberapa besar proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang.
5. Menilai seberapa besar proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh modal sendiri.
6. Menilai seberapa besar pengaruh utang dalam pembiayaan aset perusahaan.
7. Menilai seberapa besar perusahaan pengaruh modal dalam pembiayaan aset perusahaan.
8. Mengukur seberapa banyak setiap rupiah aset yang dijadikan sebagai jaminan bagi utang kreditur.
9. Mengukur seberapa banyak setiap rupiah aset yang digunakan sebagai jaminan bagi pemegang saham.
10. Mengukur seberapa banyak rupiah modal yang dijadikan jaminan utang.

11. Mengukur seberapa banyak setiap rupiah modal yang digunakan sebagai jaminan utang dan modal.
12. Menilai rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan (dalam hal laba sebelum bunga dan pajak) untuk membayar bunga pinjaman.
13. Menilai rasio kemampuan modal terhadap kemampuan perusahaan (dalam hal laba operasional) untuk melunasi seluruh utangnya.

d. Rasio Leverage

Menurut (Wahyu & Ahmad Yani, 2024) di dalam bukunya terdapat penjelasan tentang rasio *leverage*, sebagai berikut :

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

Debt to Asset Ratio (DAR) adalah ukuran untuk melihat seberapa banyak aset (*assets*) perusahaan dibiayai oleh utang (*debt*). Rumus perhitungan yang digunakan adalah :

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

Secara umum *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah suatu ukuran untuk menilai seberapa banyak perusahaan menggunakan utang dan seperti apa komposisi utang dan modal perusahaan. Rumus perhitungan yang digunakan adalah :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Return on Equity* (ROE)

Pengembalian ekuitas biasa (*Return on Equity*/ROE) atau sering disingkat dengan singkatan ROE adalah suatu ukuran untuk melihat seberapa hebat perusahaan dalam memanfaatkan total ekuitas untuk mendapatkan sejumlah laba.

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

Dalam penelitian ini *leverage* diukur dengan menggunakan Debt to Assets Ratio (DAR) untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang. Semakin tinggi *leverage*, maka semakin besar potensi profitabilitas, namun disertai dengan peningkatan risiko. Demikian sebaliknya, jika *leverage* nya rendah dapat mengurangi risiko, namun juga cenderung menghasilkan profitabilitas yang lebih kecil. (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

e. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan penggunaan dana pinjaman oleh perusahaan guna mendukung kegiatan operasionalnya. Penggunaan *leverage* dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kekuatan modal dan aset yang dimiliki perusahaan. *Leverage* membiayai kebutuhan operasional serta mendukung investasi

perusahaan. Pengelolaan *leverage* yang tepat sangat penting, karena keputusan dalam memanfaatkan utang dalam jumlah besar dapat berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, *leverage* menjadi salah satu instrument penting yang digunakan dalam pengelolaan keuangan perusahaan.

Ketika suatu perusahaan menunjukkan tingkat *leverage* yang tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut sangat mengandalkan sumber pembiayaan eksternal atau utang dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dan dalam memperoleh aset. Sebaliknya, jika perusahaan memiliki *leverage* yang rendah, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pembiayaan aset menggunakan modal internal atau ekuitas perusahaan. Dengan demikian, tingkat *leverage* mencerminkan struktur permodalan perusahaan serta sejauh mana risiko keuangan yang ditanggung akibat penggunaan utang dalam kegiatan operasionalnya.

5. Ukuran perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Yuniar, (2020), dalam Jeffri & Sumantri (2025), mengatakan bahwa ukuran perusahaan adalah :

“Ukuran perusahaan menggambarkan perbandingan antara dua atau lebih entitas bisnis, yang menunjukkan besarnya suatu perusahaan serta berpotensi memengaruhi nilainya. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula peluang untuk memperoleh pendanaan dari sumber internal maupun eksternal.

Selain itu, skala perusahaan juga menentukan sejauh mana kemampuan dalam mengelola risiko.“

Menurut (Lasini, 2022) mengatakan bahwa ukuran perusahaan adalah :

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan, hal tersebut dapat dilihat dari log size, nilai pasar saham, dan total aset yang dimiliki perusahaan. “

Menurut Samosir (2021) dalam Chandi & Herijawati (2023), mengatakan bahwa ukuran perusahaan adalah :

“ Ukuran perusahaan mencerminkan tingkat produktivitas, di mana pasar cenderung lebih tertarik pada perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil, karena dianggap bahwa perusahaan dengan skala besar menunjukkan pertumbuhan yang baik. “

Jadi kesimpulan dari pada pengertian diatas, ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan berdasarkan berbagai faktor, seperti pendapatan, total aset, dan total modal. Semakin besar pendapatan, aset, dan modal yang dimiliki perusahaan, semakin menunjukkan kekuatan dan kestabilan perusahaan tersebut.

b. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan didalam buku menurut (Hartati, 2024) di dalam UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (satu) adalah sebagai berikut :

1. Usaha kecil yaitu usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
2. Usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
3. Usaha besar yaitu usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
4. Usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

c. Pengukuran Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus yang diperoleh dari logaritma natural atas total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut (Yeni et al., 2024) ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Size = Ln \times Total Asset$$

Aset merupakan seluruh sumber daya ekonomi yang dimiliki oleh perusahaan dan digunakan untuk mendukung pelaksanaan aktivitas operasionalnya dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Aktiva ini pada umumnya di klasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu :

1. Aktiva lancar

Aktiva lancar adalah jenis aset yang dimiliki oleh perusahaan yang perputarannya berlangsung dalam jangka waktu yang relatif singkat, biasanya tidak melebihi satu tahun. Aktiva ini mencakup sumber daya yang mudah dikonversi menjadi kas atau digunakan dalam operasi bisnis sehari-hari dalam periode akuntansi jangka pendek. Dengan kata lain, aktiva lancar mencerminkan aset yang paling likuid dan dapat segera dimanfaatkan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau mendanai kebutuhan operasional perusahaan dalam waktu dekat.

2. Aktiva tidak lancar

Aktiva tidak lancar adalah aset yang memiliki masa manfaat jangka panjang, yaitu lebih dari satu tahun. Aset jenis ini tidak digunakan atau dikonversi menjadi kas dalam waktu singkat. Aktiva tidak lancar umumnya terbagi menjadi tiga kategori utama, yaitu :

a. Aktiva Tetap

Aktiva tetap adalah aset yang dimiliki perusahaan dalam jangka panjang dan digunakan secara permanen untuk mendukung operasional bisnis. Contoh dari aktiva tetap meliputi tanah, gedung, mesin, kendaraan, peralatan, dan aset berwujud lainnya yang tidak dimaksudkan untuk dijual dalam kegiatan usaha sehari-hari.

b. Aktiva Tidak Berwujud

Aktiva tak berwujud adalah aset yang tidak memiliki bentuk fisik, namun tetap memiliki nilai ekonomi bagi perusahaan. Contohnya meliputi hak paten, goodwill, hak opsi, dan berbagai hak atau kepemilikan tidak berwujud lainnya.

c. Investasi Jangka Panjang

Investasi jangka panjang adalah penanaman dana yang dilakukan oleh perusahaan untuk jangka waktu yang

relatif lama dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan.

d. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Besarnya ukuran perusahaan dapat diyakini memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar menunjukkan adanya perkembangan dan pertumbuhan yang positif, yang pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Abdulah Rakhman, Liaw Bun Fa, 2017). Ketika suatu perusahaan memiliki jumlah aset yang besar, maka pengaruhnya terhadap peningkatan nilai perusahaan juga akan semakin besar. Kondisi ini mencerminkan stabilitas dan kekuatan keuangan perusahaan, yang pada gilirannya memberikan kepercayaan lebih kepada investor. Dengan demikian, perusahaan akan lebih mudah dalam menarik minat investor untuk menanamkan modal, karena dinilai memiliki prospek yang baik serta kemampuan yang kuat dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya (Bagaskara et al., 2021).

(Kusumaningrum & Iswara, 2022) menyatakan ukuran perusahaan menjadi salah satu aspek yang dapat memengaruhi besarnya laba yang diperoleh. Perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung memiliki akses yang lebih luas terhadap berbagai sumber pendanaan guna mendukung pencapaian target bisnisnya. Selain itu, besarnya ukuran perusahaan juga memberikan kelebihan

dalam menghadapi berbagai tantangan usaha, karena umumnya didukung oleh kepemilikan aset yang kuat. Kondisi ini memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi serta mengelola hambatan operasional dengan lebih efisien. Meski demikian, perusahaan besar juga memiliki kemungkinan untuk menanggung beban utang yang lebih tinggi, walaupun risiko ketidakmampuan dalam memenuhi kewajiban biasanya tetap rendah berkat stabilitas keuangan yang dimiliki.

6. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Definisi nilai perusahaan menurut (Muchtar, 2021) yang ditulis di dalam bukunya, “ Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan dimasa mendatang. “

Sedangkan menurut (Yamasitha et al., 2024) pengertian nilai perusahaan yang ditulis dalam bukunya, “ Nilai perusahaan adalah cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan. “

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap kesuksesan perusahaan, yang biasanya tercermin dari harga sahamnya. Ketika harga saham meningkat, hal ini dapat menandakan tingginya nilai perusahaan dan memperkuat kepercayaan pasar terhadap kinerja serta prospek bisnis di masa depan. Secara keseluruhan, nilai perusahaan dapat dihitung dari penjumlahan antara ekuitas dan kewajiban perusahaan.

b. Indikator Nilai Perusahaan

Adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu :

1. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value yaitu indikator pasar yang digunakan untuk mengukur harga dari sebuah perusahaan yang dibandingkan dengan nilai bukunya. *Price Book Value* dipilih sebagai alat ukur dalam menilai perusahaan karena mampu menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan berdasarkan modal yang telah di investasikan (Imanullah & Syaichu, 2023). Rumus yang digunakan untuk menghitung PBV adalah :

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

2. Rasio Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian :

Menurut konsepnya Tobin's Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Ningrum, 2022). Rumus yang digunakan untuk menghitung Tobin's Q adalah :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Utang}}{\text{Total Aset}}$$

3. Price Earning Rasio (PER)

Price Erning Rasio adalah gambaran apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan melalui perbandingan harga pasar per lembar saham dan laba per lembar saham. (Neldi et al., 2023). Rumus yang digunakan untuk menghitung PER adalah :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share}}$$

Dalam penelitian ini nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rumus *Price Book Value* untuk membandingkan nilai pasar saham perusahaan dengan nilai bukunya persaham. Rasio ini juga berfungsi untuk menilai apakah saham suatu perusahaan tergolong teralalu rendah atau terlalu tinggi berdasarkan nilai aset bersih yang dimilikinya.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang berfungsi sebagai acuan penulis dalam menjalankan penelitian ini serta memperkuat landasan teori yang digunakan dalam analisis. Beberapa penelitian sebelumnya dijadikan referensi untuk menambah wawasan dan memperkaya isi pembahasan dalam penelitian ini. Berikut adalah sejumlah jurnal yang relevan dan dijadikan rujukan oleh penulis.

Tabel II. 1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	(Pratiwi & Ginting, 2021)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan,	Variabel Independen : - Profitabilitas - Leverage - Ukuran Perusahaan	- Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

		<p>Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2018)</p>	<p>- Pertumbuhan Penjualan</p> <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>- Leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>-Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
2	(Wilyaka, 2025)	<p>Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - Struktur Modal - Ukuran Perusahaan <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>- Profitabilitas memberikan dampak menguntungkan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Struktur Modal tidak</p>

		Sub Sektor <i>Food And Beverage</i> Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2020-2023		berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Ukuran Perusahaan tidak berdampak bermakna terhadap nilai perusahaan
3	(Ferdinand, 2025)	Pengaruh profitabilitas, struktur modal, likuiditas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI Periode 2020-2023)	Variabel Independen : - Profitabilitas - Struktur Modal - Likuiditas - Pertumbuhan Perusahaan Variabel Dependen : - Nilai Perusahaan	- profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan - Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

				-Pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
4	(Octavia, 2025)	Pengaruh profitabilitas, struktur modal, <i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan industry sub sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI Tahun 2020-2023)	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - Struktur Modal - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan - Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Leverage berpengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan
5	(Mulsito, 2025)	Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, solvabilitas,	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - Ukuran Perusahaan - Solvabilitas 	-ROE berpengaruh tetapi tidak signifikan

		<p>dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023)</p>	<p>- Kepemilikan Institusional</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>- Nilai Perusahaan</p>	<p>terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Solvabilitas berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Kepemilikan institusional memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
6	(Pasaribu, 2023)	<p>Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Net Profit Margin Dan Struktur Modal</p>	<p>Variabel Independen :</p> <p>- Pertumbuhan Penjualan</p> <p>- <i>Net Profit Margin</i></p>	<p>- Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan</p>

		<p>Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021</p>	<p>- Struktur Modal</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>- Nilai Perusahaan</p>	<p>terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Net profit margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
7	(Marisha & Agustin, 2022)	<p>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek</p>	<p>Variabel Independen :</p> <p>- Ukuran Perusahaan</p> <p>- Profitabilitas</p> <p>- <i>Leverage</i></p> <p>- Pertumbuhan Penjualan</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>- Nilai Perusahaan</p>	<p>- Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>

		Indonesia Tahun 2016- 2020		<p>-Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai penjualan</p>
8	(Hera & Pinem, 2017)	<p>Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan - Struktur Modal <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>-Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Profitabilitas berpengaruh</p>

		Manufaktur Yang Terdaftar		positif terhadap nilai perusahaan - Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
9	(Gunawan & Simbolon, 2024)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2022	Variabel Independen : - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - <i>Firm Size</i> Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	- Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Firm size berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
10	(Santoso &	Pengaruh Profitabilitas,	Variabel Independen : - Profitabilitas	- ROE berpengaruh

	Junaeni, 2022)	Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	- <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan - Likuiditas - Pertumbuhan Penjualan Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	positif terhadap nilai perusahaan -Leverage secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan -Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan -Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan -Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai penjualan
11	(Bagaska ra et al., 2021)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan	Variabel Independen : - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan	-Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

		Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Kepemilikan Manajerial Variabel Dependen : Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
12	(Clarinda et al., 2023)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Independen : - Profitabilitas - Struktur Modal - Pertumbuhan Perusahaan - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Nilai Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan - Struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

				<p>-Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
13	(Harianto & Hendrani, 2022)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<p>-Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p> <p>-Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan</p>

14	(Wulandari, 2021)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan - Pertumbuhan Penjualan <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan - Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
15	(Indriaty et al., 2024)	Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Leverage tidak berpengaruh

		Sektor Makanan dan Minuman		<p>terhadap nilai perusahaan</p> <p>- Ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
16	Riyanti Margaret ha, Susanto Wibowo (2024)	<p>Pengaruh Inflasi, Return On Assets (Roa), Dan Earnings Per Share (Eps) Terhadap Harga Saham Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sub Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia</p>	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inflasi - <i>Return on Asset</i> - <i>Earnings Per Share (EPS)</i> <p>Variabel Dependen :</p> <p>Harga Saham</p> <p>Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan</p>	<p>- Inflasi dan ROA berpengaruh dan signifikan terhadap harga saham</p> <p>- Earnings Per Share tidak berpengaruh terhadap harga saham</p> <p>- Ukuran perusahaan memperlemah dampak inflasi terhadap biaya saham serta memperkuat dampak laba</p>

		(Bei) Periode 2019-2022		atas aset dan pendapatan per saham
17	Cynthia Evelyn Chandi, Etty Herijawa ti (2023)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017- 2021)	Variabel Independen : - Ukuran Perusahan - Profitabilitas - Solvabilitas Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	-Ukuran perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan -Solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
18	Lusiawat i, Benyame n Minggu Melatneb ar (2025)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Return On Assets Dan Capital Intensity	Variabel Independen : - Pertumbuhan Penjualan - <i>Return on Assets</i> - <i>Capital Intensity</i>	-Pertumbuhan Penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap tax avoidance

		<p>Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food & Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2023)</p>	<p>Variabel Dependen : <i>Tax Avoidance</i></p>	<p>-ROA dan capital intensity tidak berpengaruh terhadap <i>tax avoidance</i></p>
19	<p>Michael Kristiawan, Susanto Wibowo (2023)</p>	<p>Pengaruh Thin Capitalization, Sales Growth, Capital Intensity, dan Kompensasi Manajemen Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek</p>	<p>Variabel Independen : - <i>Thin Capitalization</i> - <i>Sales growth</i> - <i>Capital Intensity</i> - Kompensasi Manajemen</p> <p>Variabel Dependen : Tax Avoidance</p>	<p>- <i>Thin capitalization, sales growth, capital intensity, dan kompensasi manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap tax avoidance</i></p>

		Indonesia Periode 2017- 2021)		
20	Hotman Jeffri, Farid Addy Sumantri (2025)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020 - 2023)	Variabel Independen : - Profitabilitas - Likuiditas - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	- Profitabilitas dan Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan - Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

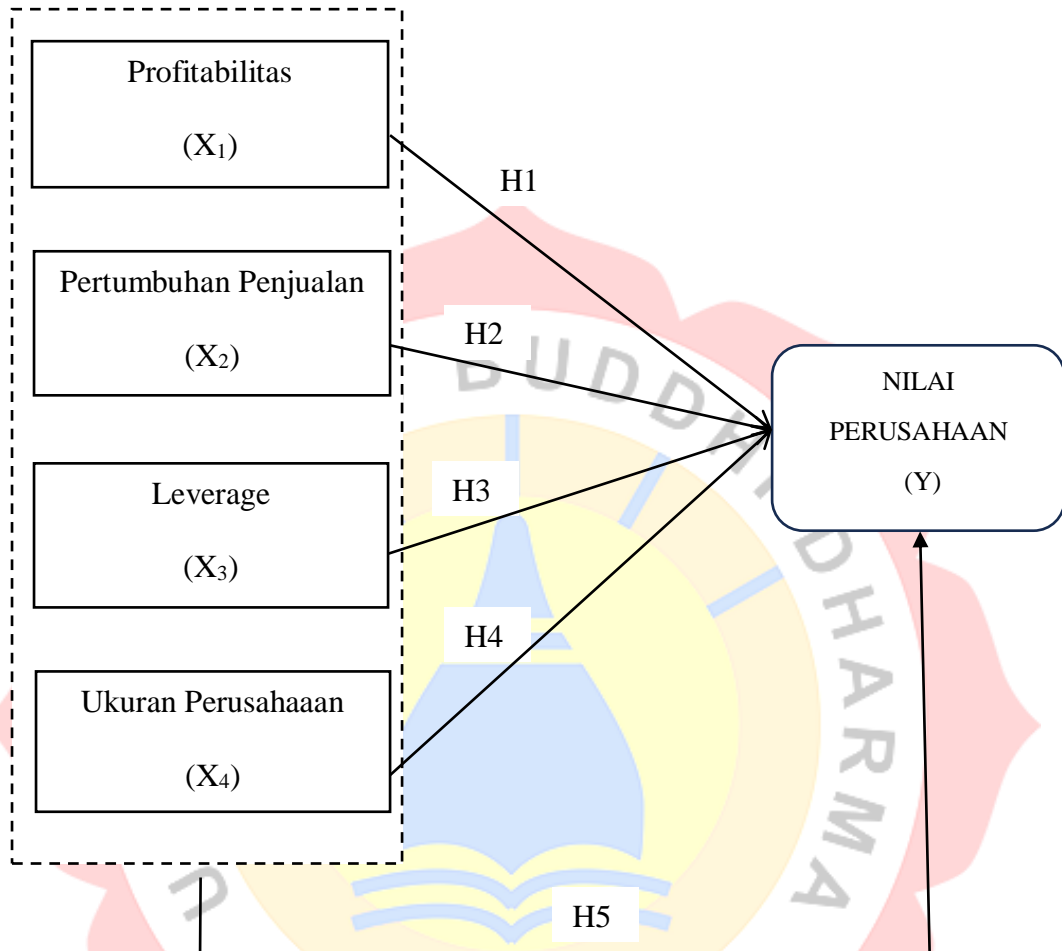
Sumber : Diolah Peneliti

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada penjelasan yang telah di uraikan, penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Maka kerangka pemikiran yang terbentuk adalah seperti Gambar II.1 berikut :

Gambar II. 1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah peneliti

D. Hipotesa Penelitian

Hipotesis adalah suatu dugaan atau jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang masih memerlukan pembuktian, karena dapat diterima maupun ditolak berdasarkan data empiris. Agar memiliki landasan yang kuat, hipotesis disusun berdasarkan teori – teori yang relevan serta hasil penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan

pengujian hipotesis yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, yang akan diuraikan secara lebih dalam pada bagian berikut :

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas berperan penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan, karena indikator ini mencerminkan pendapatan serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada kegiatan operasionalnya. Dengan demikian, profitabilitas menjadi cerminan keberhasilan dan efektivitas kinerja secara menyeluruh. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh (Octavia, 2025) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tingginya laba yang diperoleh menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan efisien dalam mengelola sumber dayanya. Kinerja yang positif ini pada akhirnya akan berdampak pada persepsi investor maupun pihak eksternal lainnya terhadap perusahaan, yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan dipasar. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat profitabilitasnya, maka akan semakin besar pula peluang perusahaan untuk memperoleh penilaian yang lebih tinggi dari para pemangku kepentingan.

H₁ : Diduga Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan volume penjualan yang dibandingkan dengan periode atau tahun sebelumnya. Indikator ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas ekonomi serta menjadi dasar untuk memperkirakan laba dimasa mendatang. Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menjadi indikator positif bagi banyak pihak, karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aspek yang menjanjikan. Sebaliknya, pertumbuhan penjualan yang rendah dapat berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Secara umum, perkembangan perusahaan juga dapat dilihat dari tren peningkatan penjualan yang konsisten dari tahun ke tahun. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ferdinand, 2025) pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas serta mengacu pada penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan :

H₂ : Diduga Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

3. Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan strategi yang digunakan perusahaan dalam memanfaatkan aset dan sumber dana yang memiliki kewajiban tetap, seperti pembayaran bunga, dengan tujuan untuk meningkatkan potensi keuntungan bagi para pemegang saham. Penggunaan *leverage* memungkinkan perusahaan untuk memperbesar kapasitas operasionalnya tanpa harus sepenuhnya bergantung pada modal sendiri. Dengan demikian, *leverage* dapat menjadi alat penting dalam pengelolaan struktur keuangan perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan & Simbolon, 2024) *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut (Harianto & Hendrani, 2022) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah :

H₃ : Diduga *Leverage* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah indikator skala yang dapat ditentukan melalui berbagai aspek seperti total aset, log size, dan nilai pasar saham. Perusahaan dengan aset yang besar akan cenderung memiliki fleksibilitas lebih dalam pengelolaan aset, serta kemampuan yang lebih tinggi dalam menghadapi dan menanggung risiko yang mungkin terjadi. Menurut (Marisha & Agustin, 2022) ukuran perusahaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas mengacu pada penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan :

H₄ : Diduga Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

5. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, keempat variabel yakni profitabilitas, pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan ukuran perusahaan bersama – sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₅ : Diduga Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Secara Bersamaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses investigasi yang dilakukan secara sistematis terhadap suatu fenomenadengan mengumpulkan data yang dapat diukur dan dianalisis dengan menggunakan metode statistik, matematika, atau komputasi (Ramdhan, 2021). Penelitian kuantitaif banyak digunakan dalam berbagai bidang ilmu, termasuk ilmu alam dan fisika, karena mampu menghasilkan data yang objektid, terukur, dan dapat dianalisis secara statistik untuk mendukung keakuratan dan hasil penelitian yang valid.

B. Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan laporan keuangan perusahaan *consumer non cyclicals* pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini berfokus pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama rentang waktu empat tahun, yaitu dari tahun 2021-2024. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan mengunduh laporan keuangan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu *www.idx.co.id*, serta dari situs resmi masing-masing perusahaan terkait. Dalam pemilihan sample, penulis

sudah menentukan sejumlah kriteria khusus yang digunakan untuk dasar dalam membentuk sample dalam penelitian yang dilakukan.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk yang telah tersedia, seperti neraca, laporan laba rugi, daftar aset tetap, riwayat singkat pendirian perusahaan, serta struktur organisasi perusahaan (Amirullah, 2022).

Pengambilan data sekunder dalam penelitian ini di dapat dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024. Data tersebut dapat diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok, individu, kelompok, atau objek yang menjadi fokus dalam suatu penelitian, dimana hasil-hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut nantinya akan digunakan untuk menarik kesimpulan atau generalisasi yang berlaku bagi seluruh elemen dalam populasi tersebut.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk dalam perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024. Terdapat 83 perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024 dengan bertujuan membandingkan kondisi perusahaan selama empat tahun untuk melihat perkembangan, perubahan, dan tren kinerja serta stabilitas perusahaan dari tahun ke tahun.

2. Sampel

Sample adalah sebagian dari total populasi yang dipilih dan digunakan sebagai sumber data dalam suatu penelitian. Peneliti menggunakan sampel karena mengumpulkan data dari seluruh populasi seringkali tidak efisien, baik dari segi waktu maupun biaya yang dibutuhkan.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana metode pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan atau kriteria penelitian. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang konsisten menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut pada periode 2021-2024.
3. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang mengalami keuntungan pada periode 2021-2024.
4. Perusahaan yang mempublikasikan (*annual report*) selama periode 2021-2024

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi mengenai variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini ada dua tahap yang digunakan dalam teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

a. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dengan memanfaatkan buku, literatur, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Jurnal, buku, dan artikel berperan sebagai landasan teoritis yang penting untuk mendukung penelitian serta memperjelas pembahasan dalam studi Pustaka.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengacu pada laporan keuangan dan laporan tahunan yang sudah terjadi.

F. Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X)

Variabel tidak terikat merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Adapun yang termasuk variabel tidak terikat dalam penelitian ini, yaitu :

a. Profitabilitas (X_1)

Profitabilitas adalah ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan berhasil; mencapai tujuan bisnisnya, khususnya dalam menghasilkan laba. Indikator ini menggambarkan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya serta modal yang tersedia untuk mendapatkan keuntungan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, akan semakin baik juga kinerja keuangan perusahaan, karena hal tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan modal secara efektif. Hal tersebut akan memberikan dampak positif bagi investor, karena kondisi perusahaan yang dapat menguntungkan. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan rumus *Return On Assets*, sebagai berikut :

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : (Hartati, 2024).

b. Pertumbuhan Penjualan (X₂)

Pertumbuhan penjualan adalah peningkatan jumlah penjualan yang secara kuantitatif dalam bentuk angka atau nilai pada suatu perusahaan selama periode waktu tertentu, pada umumnya dalam satu tahun. Pertumbuhan ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatannya melalui aktivitas penjualan. Untuk menilai tingkat pertumbuhan tersebut, biasanya digunakan perbandingan persentase kenaikan penjualan dari tahun ke tahun. Persentase ini menjadi indikator yang penting untuk menilai kinerja perusahaan, khususnya dalam meninjau keberhasilan strategi penjualan yang diterapkan serta kondisi keuangan perusahaan secara umum. Jadi, pertumbuhan menunjukkan sejauh mana manajemen mampu mengelola perusahaan secara efektif dan berkelanjutan. Pertumbuhan Penjualan dalam penelitian ini diukur menggunakan rumus *Net Sales Growth Ratio*, sebagai berikut :

$$\text{Net Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

Sumber : (Yeni et al., 2024).

c. Leverage (X₃)

Leverage adalah indikator yang digunakan untuk menilai seberapa besar tingkat utang yang dimiliki oleh suatu perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban tersebut, baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang. Selain itu, leverage juga menunjukkan proporsi pendanaan aset perusahaan yang berasal dari sumber utang atau kewajiban. Leverage dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus *Debt To Assets Ratio*, Sebagai berikut :

$$\text{Debt To Assets Ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : (Agusfianto et al., 2022).

d. Ukuran perusahaan (X₄)

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang digunakan untuk menentukan apakah suatu perusahaan tergolong besar atau kecil, biasanya berdasarkan total aset atau aktiva yang dimilikinya. Ukuran ini dapat mencerminkan karakteristik keuangan perusahaan, yang turut memengaruhi kinerja operasional serta tingkat daya saingnya. Selain itu, ukuran perusahaan juga berperan penting bagi investor dalam mengevaluasi potensi keuntungan dan risiko investasi. Perusahaan dengan skala besar umumnya dipandang lebih stabil dan memiliki tingkat risiko yang

lebih rendah. Karena itu, investor cenderung menaruh kepercayaan lebih besar pada perusahaan dengan ukuran yang signifikan, mengingat kemampuannya yang lebih tinggi untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur menggunakan rumus logaritma natural pada total aset, sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln x \text{ Total Aset}$$

Sumber : (Siregar, 2024).

2. Variabel Dependen (Y)

a. Nilai Perusahaan

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau independen. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap sejauh mana manajemen berhasil mengelola dan mengoptimalkan sumber daya yang dipercayakan kepadanya, yang umumnya dikaitkan dengan harga saham perusahaan. Metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah *Price Book Value* (PBV), PBV juga bisa dijelaskan rasio yang digunakan untuk melihat seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham sebuah perusahaan. PBV di hitung dengan membandingkan harga saham

dipasar dengan nilai buku per saham. Jika PBV tinggi, maka pasar percaya perusahaan memiliki peluang tumbuh dan menghasilkan keuntungan yang baik di masa depan. Berikut ini PBV dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

Sumber : (Ningrum, 2022).

Tabel III. 1

Operasional Variabel

Variabel	Rumus	Skala
Profitabilitas (X1)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Pertumbuhan penjualan (X2)	$GS = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$	Rasio
<i>Leverage</i> (X3)	$\text{Debt To Assets Ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X4)	$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln x \text{ Total Aset}$	Rasio

Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$	Rasio
----------------------------	----------------------------------------------------------------	-------

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara atau prosedur yang digunakan untuk mengolah dan menjadi informasi yang lebih mudah dipahami dan berguna membantu menemukan solusi atas suatu permasalahan.

Pendekatan analisis kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang mewakili sampel dalam penelitian, lalu data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) Versi 27 dari proses pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi untuk merangkum dan menyajikan data secara sederhana, sehingga dapat menggambarkan karakteristik dasar dari data tersebut. Statistik ini mencakup aspek – aspek seperti distribusi data, ukuran pemusatan (*mean, median, modus*), serta tingkat variasi. *Mean* menunjukkan nilai rata – rata sekumpulan data, *median* menunjukkan titik tengah yang membagi data menjadi dua bagian sama besar, sedangkan *modus* mengidentifikasi nilai yang paling

sering muncul. Pengujian statistik deskriptif dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 27.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam analisis mengikuti distribusi normal. Ketidaksesuaian terhadap distribusi normal biasanya disebabkan oleh keberadaan data ekstrem atau outlier. Untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak, digunakan uji Kolmogorov – Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05 (Simbolon, 2022). Pengambilan keputusan didasarkan pada hasil uji tersebut, dengan ketentuan sebagai berikut :

- i. Jika angka signifikansi Uji Kolmogorov – Smirnov $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- ii. Jika angka signifikansi Uji Kolmogorov – Smirnov $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Idealnya, model regresi tidak memiliki korelasi antar variabel bebas agar variabel tersebut bersifat ortogonal, yaitu tidak

saling terkait satu sama lain dengan nilai korelasi nol (Simbolon, 2022). Dalam penelitian ini, keberadaan multikolinieritas dapat dideteksi dengan mengevaluasi nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* pada masing-masing variabel bebas.

1. Jika $VIF > 5$, maka ada indikasi kuat multikolinieritas
2. Jika $VIF < 5$, maka multikolinieritas tidak terdeteksi.
3. Jika $tolerance < 0,1$, maka terdapat multikolinieritas.
4. Jika $tolerance > 0,1$, maka multikolinieritas tidak ditemukan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pemeriksaan yang bertujuan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada seluruh pengamatan dalam model regresi linier. Uji ini termasuk dalam uji hipotesis klasik yang wajib dilakukan dalam analisis regresi linier. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* yang memperlihatkan hubungan antara nilai prediksi variabel dependen dan residualnya.

Dasar analisis uji heteroskedastitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (misalnya bergelombang, melebar, atau menyempit), hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebut secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antara data pada periode waktu tertentu (t) dengan data pada periode sebelumnya ($t-1$). Salah satu metode untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin-Watson, yaitu dengan membandingkan nilai uji Durbin-Watson dengan nilai pada tabel Durbin - Watson. Dalam melakukan uji ini, persyaratan yang harus dipenuhi tidak hanya terkait korelasi dalam model regresi saja.

Kriteria pengujian Durbin – Watson sebagai berikut :

- a. Jika $0 < DW < dL$ maka terdapat autokorelasi positif
- b. Jika $dL < DW < dU$ maka tidak dapat disimpulkan
- c. Jika $DW < DL < 4$ maka terdapat autokorelasi negatif
- d. Jika $4 - dU < DW < -dL$ maka pengujian tidak disimpulkan
- e. Jika $dU < DW < 4 - dU$ maka tidak terdapat autokorelasi maupun negatif.

3. Uji Statistik

a. Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan nilai R^2 untuk menilai sejauh mana pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa baik model dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 \leq \text{adjusted } (R^2) \leq 1$.

1. Jika $R^2 = 0$, maka tidak ada hubungan antara variabel X dan Y, sehingga model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.
2. Jika $R^2 = 1$, maka garis regresi yang dihasilkan mampu memprediksi Y dengan sempurna.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menerapkan analisis regresi berganda untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh satu atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah hubungan yang terjadi bersifat positif atau negatif. Selain itu, analisis ini juga digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel independen. Umumnya, data

yang digunakan dalam analisis ini berada pada skala interval atau rasio.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien Regresi

X_1 = Profitabilitas

X_2 = Pertumbuhan Penjualan

X_3 = Leverage

X_4 = Ukuran Perusahaan

ε = error term

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengidentifikasi apakah masing-masing variabel independen, yaitu pertumbuhan penjualan (X_1), ukuran perusahaan (X_2), profitabilitas (X_3), dan dewan komisaris (X_4), memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan (Y), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menilai pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model secara keseluruhan memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, demikian sebaliknya. Pengujian ini dapat dilakukan pada tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

1. $F_{hitung} < F_{tabel} = H_0$ diterima dan H_a ditolak, maka variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
2. $F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ ditolak dan H_a diterima, maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dengan menentukan signifikansi dengan kriteria sebagai berikut :

1. Signifikansi $> 0,05$ H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak memiliki pengaruh secara signifikan.
2. Signifikansi $< 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima, maka memiliki pengaruh secara signifikan.