

**PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN  
PENJUALAN, DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR  
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI  
BURSA EFEK INDONESIA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana**



**DIKA WULANDARI**

**NIM. B1031191006**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK**

**2025**

## PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama : Dika Wulandari  
NIM : B1031191006  
Jurusan : Akuntansi  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan  
Judul Skripsi : Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan proposal Skripsi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 08 Agustus 2025



Dika Wulandari  
NIM. B1031191006

## **PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dika Wulandari  
NIM : B1031191006  
Jurusan : Akuntansi  
Program Studi : S1 Akuntansi  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan  
Tanggal Ujian : 2025

Judul Skripsi:

Pengaruh Profitabilitas, Perumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber data dan informasi baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 20 Juni2025

Dika Wulandari  
NIM. B1031191006

## LEMBAR YURIDIS

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN  
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN  
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA





### Penanggung Jawab Yuridis



Dika Wulandari  
B1031191006

Jurusan : Akuntansi  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan  
Tgl Ujian Skripsi dan Komprehensif : 07 Juli 2025

### Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
1.	Ketua Penguji	Dr. Khristina Yunita, S.E., M.Si.Ak., CA	22/7/2025	
		NIP. 197906182002122003		
2.	Sekretaris Penguji	Helisa Noviarty, S.E., M.M., Ak.	18/7/2025	
		NIP. 197511182002122001		
3.	Penguji 1	Angga P. Karpriana, S.E., M.Acc., Ak.	15/7/2025	
		NIP. 198611292014041001		
4.	Penguji 2	Ayu Umyana, S.E., M.Sc.	17/7/2025	
		NIP. 199209292019032019		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus  
Dalam Ujian Skripsi dan Komprehensif

Pontianak,  
Koordinator Program Studi Akuntansi

Dr. Khristina Yunita, S.E., M.Si., Ak., CA  
NIP. 197906182002122003

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, Perumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia ”**dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi penulis pada Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari doa, bantuan, bimbingan, motivasi, semangat, kritik dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan tulus dan ikhlas penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala penyertaanNya kepada penulis dari awal masa perkuliahan hingga kini penulis dapat menyelesaikan masa perkuliahan dan telah memberikan banyak sekali kenikmatan yang tidak bisa dihitung satu per satu.
2. Diri sendiri yang telah mampu mencapai titik saat ini dan yang selalu menguatkan diri walaupun banyak hal yang tidak mudah untuk dilalui, yang selalu yakin bahwa semua akan baik-baik saja dan semua akan indah di waktu yang tepat.
3. Teruntuk Kedua Orang Tua Tercintaku sebagai tanda bukti dan hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kakak persembahkan karya kecil ini untuk mama dan bapak yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih sayang yang tak terhingga serta doa tulus yang tidak pernah putus dipanjatkan dalam setiap sujudnya memohon ridho dari Sang Maha Pencipta agar setiap langkah anak-anaknya selalu dipermudahkannya dalam segala hal. Terima kasih support material, yang selalu berusaha mencukupi kebutuhan anak-anaknya. Terimakasih untuk selalu yakin kepada kakak bahwa kakak bisa melalui ini semua.

4. Keluarga tercinta Adik, ucu, mama helda, om nok, abang, galih dan terkhusus Almarhum(ah) Datok dan Nenek serta keluarga besar yang lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sudah selalu ada , menjadi penyemangat penulis hingga saat ini serta selalu mendukung dan mendo'akan selama penulisan skripsi ini hingga selesai.
5. Ibu Dr. Barkah, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
6. Ibu Dr. Nella Yantiana, S.E. M.M. Ak. CA., CMA., CPA. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
7. Bapak Vitriyan Espa., S.E., M.SA., Ak., CHt., CA. selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
8. Ibu Dr. Khristina Yunita, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. Dan selaku Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu unutuk memberikan bimbingan, saran, serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Ibu Helisa Noviarty, S.E., M.M., Ak. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, saran, arahan dan kritik dalam penulisan skripsi ini.
10. Bapak Angga P. Karpriana, S.E., M.Acc., Ak. selaku Dosen Penguji I yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, saran, arahan, dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
11. Ibu Ayu Umyana, S.E., M.Sc. selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, saran, arahan, dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen, Staf Pengajar, dan Civitas Akademika di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
13. Teman-teman Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Angkatan 2019 .
14. Untuk Hesty Safitri Wulandari terimakasih telah banyak membantu penulis dari mulai sempro sampai sidang ini,terimkasih semangatnya dan waktunya. Teruntuk sahabat kuliah terutama Sahara, Adinda, Della dan Thiara

terimakasih telah menjadi sahabat penulis dari Maba sampai saat ini, terimakasih atas supportnya, motivasinya dan waktunya.

15. Sahabat SMA penulis terutama Indah, Anggie, Umami, Lala, Dhea Devitri, Satriani, dan Dhea Ardanea yang selalu memberikan support kepada penulis.
16. Sahabat MTS penulis terutama Silvi, Kiki, Novi, dan Ulan yang selalu memberikan support kepada penulis.
17. Sahabat Kecilku terutama Kak Nina, Miftah Andharesta dan Imratul Azizah yang telah memberikan semangat menjadi tempat curhat penulis dan selalu menghibur penulis. Dan teruntuk kak Wi dan kak Nur terimakasih juga untuk selalu support penulis.
18. Dan semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih doa, dukungan, kontribusi, dan kerja sama dari semua pihak yang sangat berkontribusi besar dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan penulis. Dengan rendah hati, penulis meminta maaf atas kekurangan tersebut. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna memperbaiki kesalahan dan kekurangan di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan wawasan, informasi, dan ilmu pengetahuan bagi pembacanya.

Pontianak, 20 Juni 2025

Dika Wulandari  
NIM. B1031191006

**PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN  
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN  
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Oleh:

**Dika Wulandari**

Jurusan Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Tanjungpura

**ABSTRAK**

Nilai Perusahaan adalah konsep yang penting bagi seorang investor ataupun pemegang saham dikarenakan menjadi sebuah indikator untuk menilai suatu perusahaan secara keseluruhan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen di mana nilai perusahaan digunakan sebagai variabel dependen yang dapat dilihat di situs Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan *software* pengolah data yakni IBM SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25. Populasi pada penelitian ini berjumlah 114 perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menghasilkan 33 dari 38 perusahaan, sehingga total sampel penelitian ini yaitu 99 sampel yang didapat dari 33 perusahaan yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan dikali 3 tahun pelaporan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan,  
Nilai Perusahaan

**PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN  
PENJUALAN, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN  
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**RINGKASAN**

**1. Latar Belakang**

Dalam era globalisasi dan digitalisasi ekonomi yang semakin kompleks, persaingan antar perusahaan menjadi sangat kompetitif. Untuk menarik perhatian investor dan mempertahankan eksistensi di pasar, perusahaan dituntut untuk menunjukkan kinerja keuangan yang kuat dan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan prospek yang menjanjikan dan mampu memberikan pengembalian optimal kepada pemegang saham. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman menjadi fokus penting dalam penelitian ini karena sektor ini merupakan salah satu sektor strategis dan penyumbang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor ini menunjukkan tren pertumbuhan positif sejak tahun 2019 meskipun mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Sektor ini tetap tumbuh dan menjadi daya tarik utama bagi investor karena dianggap defensif dan esensial.

Dalam mengukur nilai perusahaan, terdapat beberapa faktor yang dianggap berpengaruh, yaitu profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari operasionalnya, yang dalam penelitian ini diukur dengan Return on Assets (ROA). Pertumbuhan penjualan menunjukkan seberapa besar perusahaan berkembang dari sisi pendapatan, dan ukuran perusahaan mencerminkan skala perusahaan yang dilihat dari total aset. Ketiga faktor ini dianggap sebagai indikator fundamental yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai suatu perusahaan. Namun demikian, hasil

penelitian sebelumnya menunjukkan adanya perbedaan temuan atau *research gap* terkait hubungan antara variabel-variabel tersebut terhadap nilai perusahaan, baik dari sisi arah pengaruh maupun signifikansinya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris terbaru dengan objek penelitian yang lebih terfokus pada sub sektor makanan dan minuman di Indonesia.

## **2. Permasalahan**

- a. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
- b. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?
- c. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan ?

## **3. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

## **4. Metode Penelitian**

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang berfokus pada pengujian teori dengan mengukur variabel penelitian secara numerik dan menganalisis data dengan prosedur statistik. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2023 yang diperoleh melalui laman resmi BEI ataupun laman resmi masing-masing perusahaan. Selain itu, data pendukung seperti artikel dan informasi terkait beberapa variabel lainnya melalui laman pencari *Google*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 99 sampel dari 33 perusahaan selama tiga tahun penelitian berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji

koefisien determinasi sebagai pengujian tambahan. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi profitabilitas (diukur dengan ROA), pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan (diukur dari log natural total aset). Sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio *Price Book Value* (PBV). Adapun perangkat lunak (*software*) yang digunakan untuk pengolahan data yaitu IBM SPSS versi 25.

## **5. Hasil dan Pembahasan**

- a. Hasil pengujian hipotesis 1 secara parsial menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi ROA yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba merupakan pertimbangan utama investor.
- b. Hasil pengujian hipotesis 2 secara parsial menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai koefisien regresi negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Kenaikan dalam pertumbuhan penjualan belum tentu berdampak langsung pada peningkatan nilai perusahaan. Investor menilai bahwa pendapatan atau penjualan yang dihasilkan perusahaan masih harus dikurangi dengan berbagai beban dan biaya operasional.
- c. Hasil pengujian hipotesis 3 secara parsial menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak memiliki nilai signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini terjadi karena ada anggapan investor bahwa semakin besar perusahaan, semakin banyak pendanaan untuk kegiatan operasionalnya dalam bentuk utang. Perusahaan yang berukuran besar namun tidak disertai dengan kinerja yang optimal tidak akan mampu menghasilkan laba yang tinggi. Sehingga investor menjadi kurang tertarik untuk berinvestasi.
- d. Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adapun yang menyebabkan hal ini bisa terjadi adalah kemungkinan bahwa tingkat besar kecilnya keuntungan atau laba,

penjualan bersih serta besar kecilnya ukuran perusahaan yang dimiliki perusahaan dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam memberikan sinyal positif kepada investor mengenai nilai perusahaan.

## **6. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini nilai R Square dan Adjusted R Square yang relatif rendah ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang terbatas. Oleh karena itu disarankan agar mempertimbangkan penambahan variabel-variabel lain yang relevan serta memperluas cakupan data guna meningkatkan kekuatan model dalam menjelaskan variabel nilai perusahaan.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT .....	ii
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vii
RINGKASAN .....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Pernyataan Masalah.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kontribusi Penelitian .....	6
1.4.1 Kontribusi Teoritis.....	6
1.4.2 Kontribusi Praktis .....	6
1.4.2.1 Bagi Investor.....	6
1.4.2.2 Bagi Perusahaan.....	6
1.4.2.3 Bagi Akademisi dan Penelitian Selanjutnya.....	6
1.5 Gambaran Kontekstual Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Teori Keagenan ( <i>Agency Theory</i> ).....	8
2.1.2 Teori Sinyal ( <i>Signaling Theory</i> ).....	10

2.1.3 Nilai Perusahaan .....	14
2.1.4 Profitabilitas .....	15
2.1.5 Pertumbuhan Penjualan .....	18
2.1.6 Ukuran Perusahaan .....	19
2.2 Kajian Empiris .....	20
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian .....	26
2.3.1 Kerangka Konseptual .....	26
2.3.2 Hipotesis Penelitian .....	26
2.3.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	26
2.3.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan .....	27
2.3.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan .....	28
 BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Bentuk Penelitian .....	30
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	30
3.3 Data .....	30
3.3.1 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.3.2 Metode Pengumpulan Data .....	31
3.4 Populasi dan Sampel .....	31
3.5 Variabel Penelitian .....	33
3.5.1 Variabel Dependen .....	33
3.5.2 Variabel Independen.....	33
3.5.2.1 Profitabilitas.....	33
3.5.2.2 Pertumbuhan Penjualan .....	34
3.5.2.3 Ukuran Perusahaan .....	35
3.6 Metode Analisis .....	35
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	35
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	36
3.6.2.1 Uji Normalitas .....	36
3.6.2.2 Uji Autokorelasi .....	36

3.6.2.3 Uji Multikolinearitas .....	37
3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas .....	38
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	38
3.6.4 Uji Hipotesis.....	39
3.6.4.1 Uji Simultan (Uji f).....	39
3.6.4.2 Uji Parsial (Uji t) .....	40
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1 Hasil Penelitian .....	42
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	42
4.1.2 Uji Statistik Deskriptif.....	43
4.1.3 Uji Asumsi Klasik .....	46
4.1.3.1 Uji Normalitas .....	46
4.1.3.2 Uji Autokorelasi.....	47
4.1.3.3 Uji Multikolineritas .....	48
4.1.3.4 Uji Heteroskedastisitas .....	49
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	50
4.1.5 Uji Hipotesis.....	52
4.1.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	52
4.1.5.2 Uji Parsial (Uji t) .....	54
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi .....	57
4.2 Pembahasan.....	58
4.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan .....	58
4.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.....	61
4.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	65
4.2.4 Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan .....	68
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan .....	70

5.2 Keterbatasan Penelitian.....	71
5.3 Rekomendasi.....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN.....	79

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Laju Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman.....	2
Tabel 2.1 Ringkasan Kajian Empiris .....	21
Tabel 3.1 Pengambilan Sampel Penelitian.....	32
Tabel 4.1 Pengambilan Sampel Penelitian.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Statistik ( <i>Kolmogorov-Smirnov</i> ).....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi .....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Simultan(Uji F).....	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	54
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Penelitian .....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	57

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	26
Gambar 4.1 Uji <i>Scatterplot</i> .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Sampel Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memenuhi kriteria <i>Sampling</i> Tahun 2021-2023.....	79
Lampiran 2 Hasil Output Excel untuk Mengolah Variabel .....	81
1 Variabel Profitabilitas .....	81
2 Variabel Pertumbuhan Penjualan .....	84
3 Variabel Ukuran Perusahaan.....	87
4 Variabel Nilai Perusahaan.....	90
Lampiran 3 Tabulasi Data yang Siap Diolah Menggunakan IBM SPSS 25.....	93
Lampiran 4 Hasil Olah Data Penelitian .....	96
1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	96
2 Hasil Uji Normalitas.....	96
3 Hasil Uji Autokorelasi.....	96
4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	97
6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	98
7 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	98
8 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	98
9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	99

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dan ekonomi disuatu negara yang sangat pesat seperti sekarang membuat perusahaan harus bersaing dalam bisnisnya. Perusahaan saling menunjukkan kualitas dan jati diri sendiri perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan mereka. Perusahaan diharapkan mampu berinovasi dan menunjukkan kreativitas yang tinggi dalam mengembangkan ide bisnis yang menarik, sehingga dapat memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaing. Ketika perusahaan mampu mengelola kinerjanya secara optimal, hal ini akan berpengaruh positif terhadap peningkatan laba, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kenaikan harga saham perusahaan. Nilai perusahaan akan bertambah ketika harga sahamnya naik, yang dapat terlihat dari pengembalian investasi bagi pemegang saham (Dewantari, *et al.*, 2019).

Perusahaan dengan kinerja yang baik bisa menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi. Hal ini tercermin dalam kemampuan perusahaan tersebut dalam mengelola baik itu produksi maupun keuangan, menghasilkan profitabilitas, serta kemampuan dalam memenuhi kewajiban baik itu kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang. Untuk mewujudkan hal tersebut maka perusahaan harus melakukan inovasi dan strategi dalam bisnis. Salah satu strategi dalam mengatasi persoalan ekonomi perusahaan adalah dengan melakukan perluasan usaha baik internal maupun eksternal. Selain itu, dalam mengukur kinerja keuangan, juga diperlukan adanya sebuah laporan keuangan. Laporan keuangan ini menjadi suatu tolok ukur perusahaan dalam menilai keberhasilan operasional perusahaan. Investor menggunakan laporan keuangan untuk menganalisis kinerja keuangan perusahaan, apakah mengalami penurunan atau kenaikan.

Ketika perusahaan mempunyai kinerja yang baik maka, investor akan memiliki sudut pandang yang baik atas nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang baik biasanya menunjukkan kemakmuran pemilik saham, itulah sebabnya investor akan lebih terpicat untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang besar. Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki oleh

perusahaan. Nilai Perusahaan yang sudah terdaftar di pasar modal tercermin pada harga sahamnya. Harga saham yang stabil cenderung akan memberikan peningkatan pada nilai perusahaan dalam jangka waktu panjang (Yuniastri, *et al.*, 2021). Berdasarkan Fajriah, *et al.*, (2022) nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan, yang biasanya tercermin melalui harga sahamnya. Kemakmuran pemegang saham akan meningkat jika harga saham perusahaan juga meningkat, karena nilai perusahaan dilihat dari nilai sahamnya. Kesejahteraan pemegang saham cenderung meningkat seiring dengan naiknya harga saham, yang tercermin melalui return yang diperoleh dari saham tersebut. Hal ini akan menarik investor lain untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

**Tabel 1.1**

**Laju Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman**

<b>Tahun</b>	<b>Laju Pertumbuhan</b>
2019	7,78 %
2020	1,58 %
2021	2,54 %
2022	4,90 %
2023	4,47 %

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Perusahaan sub sektor makanan dan minuman merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pembuatan produk kemudian dijual untuk memperoleh keuntungan yang besar. Perekonomian Indonesia terutama didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga, dengan industri makanan dan minuman sebagai salah satu sektor yang berkembang pesat. Hal ini dapat terlihat pada data dari Badan Pusat Statistik (2024) di mana tahun 2019 tumbuh sebesar 7,78 persen, meskipun sempat turun pada tahun 2020 akibat COVID-19, namun pertumbuhan sektor makanan dan minuman tetap tumbuh hingga tahun 2023. Pertumbuhan sub sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang menjanjikan, menjadikan sebagai daya tarik investor untuk berinvestasi. Perusahaan makanan dan minuman masih menjadi selaku sektor pijakan penopang pertumbuhan

manufaktur yang sampai sekarang berkontribusi signifikan dalam perekonomian nasional. Sektor ini termasuk dalam sektor yang strategis karena selaku penyedia pangan untuk masyarakat yang luas.

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya adalah profitabilitas. Sebelum berinvestasi para investor terlebih dahulu mempertimbangkan pada nilai profitabilitas perusahaan. Hal ini karena profitabilitas yang menghasilkan nilai yang tinggi sehingga menjadi sinyal yang positif bagi investor. Rasio profitabilitas memiliki tujuan untuk mengukur perusahaan dalam memperoleh sebuah keuntungan dari macam-macam aktivitas perusahaan. Menurut Sartono (2016), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Besar kecil profitabilitas yang didapatkan perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan guna mengukur kapasitas perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Maka sebuah informasi ini penting bagi para pemegang saham dalam mengetahui keuntungan dari perusahaan untuk mendapatkan dividen. Peneliti memilih *return on asset* sebab menurut (Sartono, 2016) dinilai berguna untuk mengukur tingkat keefektifan penggunaan aset pada perusahaan. Peningkatan ROA menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dalam menjalankan usahanya semakin baik, karena hal ini mencerminkan perputaran aktiva yang lebih cepat dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari volume penjualan yang ada. Hal ini di dukung oleh penelitian Anggraini & Agustiningsih (2022) dan Veronica, Aprilyanti & Jenni (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berdampak positif pada nilai perusahaan. Sementara itu penelitian Mercyana, Hamidah & Kurnianti (2022) menyatakan profitabilitas memiliki hubungan negatif dengan nilai perusahaan yang artinya semakin tinggi nilai ROA sebuah perusahaan infrastruktur, semakin rendah nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan merujuk pada kenaikan jumlah penjualan yang dicapai oleh suatu perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan sangat

diharapkan baik pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang baik mampu memberikan tanda bagi perusahaan bahwa perusahaan tersebut sedang berkembang. Selain itu, pertumbuhan penjualan juga memperlihatkan kinerja dan kapasitas perseroan dalam berkompetisi dalam satu sektor yang sama. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut memperlihatkan kapasitas perseroan dalam menyumbangkan laba untuk para investor.

Berdasarkan Imawan & Triyonowati (2021), pertumbuhan penjualan merupakan sebuah tolak ukur yang penting bagi perusahaan, karena pendapatan yang di peroleh dari hasil penjualan sebagai tingkat pertumbuhan penjualan dan sebagai informasi yang baik kepada investor bahwa prospek perusahaan bagus dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan dari sudut pandang investor, pertumbuhan penjualan suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan untuk menaruh investasi. Para investor mengharapkan hasil dari investasi mereka, yang tercermin dari kemajuan positif yang ditunjukkan oleh perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang semakin tinggi akan meningkatkan keuntungan sebuah perusahaan, memungkinkan perusahaan untuk melakukan ekspansi, meningkatkan nilai perusahaan, dan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Hal ini didukung pada penelitian Ivansyah & Idayati (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, pada penelitian Anggraini & Agustiningih (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sementara itu faktor yang lainnya adalah ukuran perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan didasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan diperoleh lewat banyaknya aset yang dimiliki relatif tinggi, maka para manajer perusahaan memiliki kekuatan yang lebih untuk memakai sumber daya atau aset perusahaan. Ukuran perusahaan juga bisa memberikan dampak di mana dengan semakin besarnya, maka dapat mempermudah perseroan memperoleh pendanaan operasinya. Ukuran perusahaan yang lebih besar lebih banyak

mengundang investor untuk menaruh perhatian dan tertarik dengan perusahaan. Berdasarkan Ivansyah & Idayati (2018), ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan akan mengalami perkembangan sehingga investor akan lebih merespon positif dan nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian Hendryani & Amin (2022) dan Astika, Suryandari & Putra (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, berbanding terbalik dengan penelitian Anggraini & Agustiningih (2022) dan Veronica, Aprilyanti & Jenni (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari pemamparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa masih terdapat hasil penelitian yang tidak konsisten atau *research gap* yang menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian kembali tentang **“Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

### **1.2.1. Pernyataan Masalah**

Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan tujuan untuk memahami dampak yang terjadi pada nilai perusahaan tersebut.

### **1.2.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dilihat dari masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

### **1.4. Kontribusi Penelitian**

#### **1.4.1. Kontribusi Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi teori berupa bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

#### **1.4.2. Kontribusi Praktis**

##### **1.4.2.1. Bagi Investor**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebagai bahan pertimbangan serta informasi bagi para manajer dan investor untuk menentukan pendanaan dan hal-hal yang mempengaruhinya, serta menjadi masukan dalam kinerja perusahaan sehingga dapat mempertimbangkan kebijakan calon investor dalam menanamkan modal.

##### **1.4.2.2. Bagi Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi terhadap kinerja perusahaan, sehingga bisa menentukan kebijakan serta keputusan yang diambil untuk perusahaan ke depannya.

##### **1.4.2.3. Bagi Akademisi dan Penelitian Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan wawasan baru bagi penelitian selanjutnya, khususnya mengenai pengaruh

profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

### **1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian**

Gambaran kontekstual penelitian ini terdiri dari tiga bab. Adapun kelima bab penelitian ini sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kontribusi penelitian, serta gambaran kontekstual penelitian.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang digunakan untuk menginterpretasikan hasil penelitian. Bab ini juga berisi perbedaan penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang pengujian hipotesis dan penyajian hasil dari pengujian yang dilakukan, serta pembahasan dan interpretasi terkait dengan hasil olah data berdasarkan literatur yang relevan dengan tujuan penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan kembali kesimpulan yang didapatkan dari hasil analisis Bab IV sekaligus menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah, keterbatasan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.