

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERTUMBUHAN
PENJUALAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

(Pada Perusahaan Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Periode 2020-2023)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ANNISA RADIFAH NURUL BADRIYAH

NPM: 2110011211053

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN,
PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

(Pada Perusahaan Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023)

Oleh :

Nama : Annisa Radifah Nurul Badriyah
NPM : 2110011211053

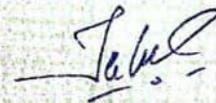
Tim Penguji

Ketua



(Nailal Husna, S.E., M.Si)

Sekretaris



(Ice Kamela, S.E., MM)

Anggota



(Tyara Dwi Putri, S.E., M.Sc)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 2 september 2025

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Dekan



(Dr. Erni Nurina Harahap, S.E., M.Si)

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN,
PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN**

Annisa Radifah Nurul Badriyah ¹, Nailal Husna, S.E., M.Si. ²
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
E-mail: ¹annisaradifahnb@gmail.com²nailalhusna@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2023. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh sejumlah perusahaan yang memenuhi kriteria. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi data panel dengan bantuan software EViews, melalui serangkaian uji asumsi klasik dan pemilihan model regresi yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, keempat variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa manajemen perusahaan sektor makanan dan minuman perlu memperhatikan keputusan pendanaan serta strategi peningkatan profitabilitas untuk mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Kata Kunci: Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.

THE EFFECT OF CAPITAL STRUCTURE, SALES GROWTH, COMPANY GROWTH, AND PROFITABILITY ON COMPANY VALUE

¹Annisa Radifah Nurul Badriyah, ²Nailal Husna, S.E., M.Si.
Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Email: ¹annisaradifahnb@gmail.com ²nailalhusna@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of capital structure, sales growth, company growth, and profitability on firm value in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020–2023 period. The research method used is a quantitative approach with secondary data obtained from the companies' annual financial reports. The research sample was determined using a purposive sampling method to obtain a number of companies that met the criteria. The analysis technique used was panel data regression with the help of EViews software, through a series of classical assumption tests and the selection of an appropriate regression model. The results show that capital structure has a significant negative effect on firm value, sales growth has no significant effect on firm value, company growth has a significant positive effect on firm value, and profitability has a significant positive effect on firm value. Simultaneously, all four independent variables significantly influence firm value. The implication of this study is that management of food and beverage companies needs to pay attention to financing decisions and profitability improvement strategies to drive increased firm value.

Keywords: Capital Structure, Sales Growth, Company Growth, Profitability, Firm Value.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 1	5
PENDAHULUAN	8
1.1 Latar Belakang	8
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
BAB 2	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI & PENGEMBANGAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Teori Sinyal (Signaling Theory)	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Struktur Modal	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Pertumbuhan Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Pertumbuhan Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Profitabilitas Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Nilai Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengaruh Stuktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Konseptual.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 3	Error! Bookmark not defined.

METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis Data dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Defenisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Variabel Dependen.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Variabel Independen	Error! Bookmark not defined.
3.5 Metode Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Metode Pengujian Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Analisis Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Uji Persyaratan Regresi Panel.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Analisis Hasil.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Pengujian Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.3 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Hasil Pengujian Autokorelasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pemilihan Efek Regresi Data Panel	Error! Bookmark not defined.
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 Hasil Pengujian F-statistik	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 Hasil Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.6 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	Error! Bookmark not defined.

4.6.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan **Error! Bookmark not defined.**

4.6.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan **Error! Bookmark not defined.**

BAB V **Error! Bookmark not defined.**

PENUTUP **Error! Bookmark not defined.**

5.1 Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**

5.2 Implikasi **Error! Bookmark not defined.**

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 1 **Error! Bookmark not defined.**

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional (Windusancono, 2021). Kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan ekspor produk-produk khas Indonesia. Sejalan dengan pertumbuhan populasi, urbanisasi yang pesat, serta evolusi preferensi konsumen yang semakin condong pada produk yang menyehatkan, praktis, dan bernutrisi, sektor makanan dan minuman dihadapkan pada peluang ekspansi yang semakin menjanjikan, baik dalam ranah pasar domestik maupun internasional (Dewi, 2022).

Kendati demikian, di tengah prospek yang gemilang ini, sektor ini juga bergulat dengan serangkaian tantangan yang tidak ringan, termasuk fluktuasi harga bahan baku yang sulit diprediksi, persaingan yang intens dengan produk impor, serta tuntutan regulasi terkait keamanan pangan dan sertifikasi halal yang semakin ketat. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), khususnya yang beroperasi di sektor makanan dan minuman, dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kinerja keuangan mereka guna mempertahankan daya saing yang berkelanjutan. Oleh karena itu, analisis mendalam terhadap kinerja keuangan perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI dalam beberapa

tahun terakhir menjadi esensial (Kuneo et al., 2024). Sektor makanan dan minuman memiliki kontribusi vital terhadap kesejahteraan ekonomi Indonesia. Pemerintah pun mengakui signifikansinya dengan memprioritaskan sektor ini dalam upaya mendorong pembangunan industri sebagai pilar utama perekonomian nasional. Kementerian Perindustrian menilai industri makanan dan minuman sebagai sektor yang sangat strategis dengan potensi pertumbuhan dan kemajuan yang substansial.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa sektor industri makanan dan minuman di Indonesia memainkan peran strategis dalam perekonomian nasional, menyumbang sekitar 6,55% terhadap PDB nasional dan berkontribusi sebesar 39,10% terhadap PDB sektor industri nonmigas. Peningkatan konsumsi masyarakat, baik di tingkat domestik maupun global, menjadikan industri ini sebagai sektor yang terus bertumbuh dan beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi masyarakat (Kasna, 2021). Seiring dengan pertumbuhan populasi yang pesat, tingkat urbanisasi yang meningkat, serta preferensi konsumen terhadap produk makanan yang praktis, sehat, dan berkualitas, perusahaan-perusahaan di sektor ini memiliki peluang besar untuk memperluas pangsa pasar dan melahirkan inovasi produk. Pertumbuhan populasi dan urbanisasi yang berkelanjutan mendorong peningkatan permintaan terhadap produk makanan dan minuman olahan. Selain itu, perubahan pola konsumsi masyarakat yang mengedepankan kemudahan, kepraktisan, dan kesehatan memotivasi produsen untuk berinovasi dengan menghadirkan produk yang sesuai dengan tren, seperti makanan organik, halal, dan berbasis bahan alami. Ekspansi ke pasar internasional juga membuka peluang yang signifikan, terutama

untuk produk-produk khas Indonesia seperti kopi, rempah-rempah, dan mie instan (Arif et al., 2020).

Namun, sektor ini juga dihadapkan pada tantangan, termasuk volatilitas harga bahan baku, persaingan yang ketat dengan produk asing, serta regulasi terkait keamanan pangan dan label halal. Dengan dukungan kebijakan pemerintah dan kemajuan teknologi, sektor ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam lanskap bisnis yang dinamis saat ini, pelaku usaha dituntut untuk responsif terhadap setiap perubahan dan mampu bersaing secara efektif. Kinerja yang unggul menjadi imperatif bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang ketat, termasuk di sektor makanan dan minuman yang memiliki banyak pemain (Irawan, 2020). Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator utama yang dapat menggambarkan seberapa baik perusahaan mengelola tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Meski memiliki prospek cerah dan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, sektor makanan dan minuman di Indonesia menghadapi tantangan berat, terutama selama periode pandemi COVID-19. Pandemi membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek perekonomian, termasuk daya beli masyarakat, distribusi logistik, dan operasional Perusahaan (Jasmine, 2014). Namun, sektor ini menunjukkan resiliensi yang luar biasa dan mampu terus berkembang berkat adaptasi yang cepat terhadap perubahan kondisi pasar. Perusahaan makanan dan minuman harus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah akibat pandemi, seperti meningkatnya permintaan

terhadap produk yang tahan lama, praktis, dan bernilai gizi tinggi. Digitalisasi menjadi pendorong utama dalam mempertahankan eksistensi perusahaan di tengah pembatasan mobilitas masyarakat, dengan pemanfaatan platform e-commerce dan layanan pengantaran menjadi solusi strategis untuk menjaga penjualan produk (Indriasari, 2021). Selain itu, perusahaan di sektor ini juga melakukan efisiensi biaya produksi dan diversifikasi produk guna tetap kompetitif di pasar domestik maupun internasional.

Tidak hanya itu, dukungan pemerintah melalui kebijakan yang proaktif, seperti insentif pajak, penyederhanaan regulasi, serta kampanye cinta produk lokal, turut membantu sektor makanan dan minuman dalam menghadapi tantangan pandemi. Kondisi ini mencerminkan pentingnya strategi yang tanggap dan inovatif untuk bertahan di tengah situasi yang penuh ketidakpastian.

Perkembangan sektor ini juga terlihat pada data kinerja perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020–2023. Meskipun beberapa perusahaan mengalami fluktuasi Price to Book Value (PBV), sektor ini secara keseluruhan mampu menunjukkan tren positif yang mencerminkan adaptasi dan pemanfaatan peluang secara efektif (Akendy & Digdowiseiso, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana faktor-faktor seperti struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan perusahaan memengaruhi nilai perusahaan, khususnya di sektor makanan dan minuman. Hal ini penting tidak hanya untuk memberikan gambaran kondisi keuangan perusahaan, tetapi juga untuk menawarkan rekomendasi strategis bagi para pelaku usaha dan investor terhadap nilai perusahaannya.

Nilai perusahaan adalah proses yang telah dilalui oleh suatu perusahaan yang tinggi pandangan dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat dipercaya oleh investor. Menurut (Hermawan et al., 2023) berpendapat bahwa nilai perusahaan merupakan pandangan investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. nilai perusahaan merupakan kesan atau tanggapan dari penanam modal untuk mengukur manajer dalam pengolahan sumber daya perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Kemudian (Yulianti & Sundari, 2023) juga mengatakan nilai perusahaan (*firm value*) sebagai salah satu parameter untuk mengukur kesuksesan perusahaan. Jika peningkatan terjadi setiap tahun pada nilai perusahaan, maka investor akan merasa perusahaan tersebut dapat bertahan di era globalisasi. Maka nilai perusahaan menjadi hal yang penting bagi para pemegang saham.

Nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan adanya peningkatan nilai perusahaan maka harga saham juga akan mengalami peningkatan yang mencerminkan kesejahteraan pemegang saham (Rivandi & Septiano, 2021). Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan.

Menurut (Irawan & Kusuma, 2019) nilai perusahaan dapat diukur dari harga saham yang stabil dan mengalami kenaikan dalam jangka panjang, harga saham

yang tinggi cenderung menjadikan nilai perusahaan tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan mengindikasikan peningkatan laba pemegang saham. Sementara harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor (Suardana et al., 2020) Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV), rasio ini mengukur nilai yang dapat dilihat dari laporan keuangan dan untuk melihat perkembangan suatu perusahaan. *Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu pertimbangan yang digunakan oleh investor dalam menilai perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *Price to Book Value* (PBV) diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

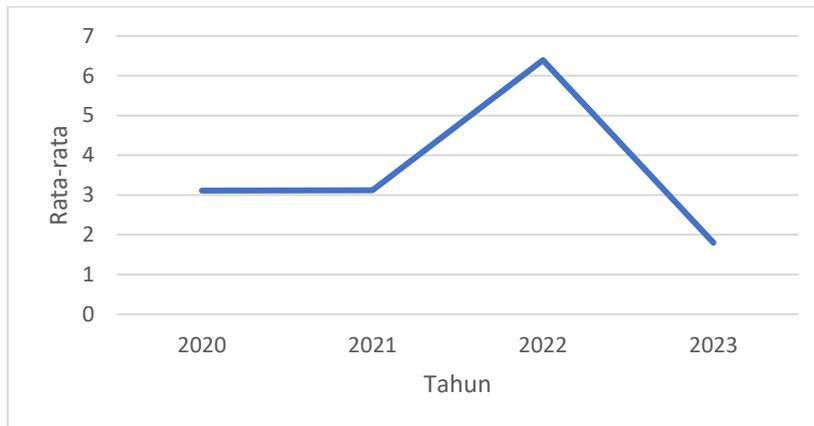
Variasi signifikan dalam *Price to Book Value* (PBV) di antara perusahaan-perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2020-2023 (seperti yang terlihat pada Gambar 1.1) mengindikasikan adanya asimetri informasi antara pihak internal perusahaan (manajemen) dan pihak eksternal (investor). Manajemen memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi internal, prospek pertumbuhan, dan strategi perusahaan dibandingkan dengan investor.

Dalam konteks *Signaling Theory*, perbedaan PBV ini dapat diinterpretasikan sebagai respons pasar terhadap berbagai sinyal yang dikirimkan oleh perusahaan. Perusahaan dengan PBV yang tinggi, seperti PT Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP) pada awal periode, dapat dianggap mengirimkan sinyal positif mengenai prospek pertumbuhan dan kinerja mereka. Namun, penurunan PBV pada periode berikutnya dapat mengindikasikan perubahan sinyal atau

interpretasi pasar terhadap sinyal tersebut. Sebaliknya, perusahaan dengan tren PBV yang stabil meningkat, seperti PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Co. Tbk (ULTJ), menunjukkan konsistensi dalam mengirimkan sinyal positif kepada investor melalui pertumbuhan penjualan dan pengelolaan yang efektif.

Faktor-faktor seperti struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan perusahaan dapat berfungsi sebagai mekanisme sinyal. Keputusan mengenai struktur modal yang optimal, pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan, dan ekspansi perusahaan yang strategis dapat diinterpretasikan oleh investor sebagai sinyal positif tentang kesehatan finansial, daya saing, dan potensi pertumbuhan di masa depan. Perusahaan yang mampu mengelola struktur modalnya secara efisien, menunjukkan pertumbuhan penjualan yang kuat, dan melakukan ekspansi yang terukur cenderung mendapatkan penilaian yang lebih tinggi dari pasar (PBV yang lebih tinggi) karena sinyal-sinyal positif ini mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan investor.

Penelitian ini menjadi penting untuk menguji secara empiris bagaimana struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan perusahaan berfungsi sebagai sinyal bagi investor dalam menilai nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman Indonesia selama periode yang dinamis akibat pandemi COVID-19. Pemahaman ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas berbagai kebijakan perusahaan sebagai sinyal dan bagaimana pasar merespons sinyal-sinyal tersebut dalam konteks informasi asimetris.



Gambar 1.1 Perbandingan Nilai *Price to Book Value* (PBV)

Sumber: data diolah www.idx.co.id

Grafik di atas menampilkan perbandingan nilai *Price to Book Value* (PBV) dari perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2023. Sumbu horizontal (sumbu-x) menunjukkan tahun (2020, 2021, 2022, dan 2023), sedangkan sumbu vertikal (sumbu-y) menunjukkan rata-rata nilai PBV.

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata PBV selama periode 2020 hingga 2023, terlihat adanya fluktuasi nilai perusahaan yang cukup mencolok. Pada tahun 2020 dan 2021, nilai PBV relative stabil yaitu di kisaran 3,10 hingga 3,11, yang menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang wajar terhadap kinerja dan nilai buku perusahaan. Namun, pada tahun 2022 nilai PBV mengalami lonjakan menjadi 6,39, yang menunjukkan bahwa pasar telah meningkatkan kepercayaannya terhadap prospek perusahaan. Kenaikan tajam tersebut tidak berlangsung lama, karena nilai PBV kembali turun drastis hingga menjadi 2,80 pada tahun 2023. Hal

ini kemungkinan sebagai bentuk kekhawatiran investor terhadap kondisi keuangan atau prospek usaha perusahaan.

Perubahan nilai Price to Book Value (PBV) dari tahun ke tahun mencerminkan perubahan kondisi internal perusahaan yang dipengaruhi oleh berbagai aspek keuangan maupun operasional. Fluktuasi nilai PBV tersebut dapat menjadi indikasi bahwa variabel-variabel tertentu memiliki kontribusi terhadap peningkatan atau penurunan nilai perusahaan. Sebagai contoh, peningkatan nilai PBV pada tahun 2022 dapat diasosiasikan dengan naiknya tingkat pertumbuhan penjualan atau profitabilitas yang signifikan pada tahun tersebut. Sebaliknya, penurunan PBV pada tahun 2023 dapat menunjukkan adanya peningkatan risiko keuangan yang mungkin disebabkan oleh struktur modal yang kurang efisien atau penurunan kinerja keuangan perusahaan.

Fenomena ini dapat dijelaskan menggunakan teori sinyal (*signaling theory*) sebagai dasar teoritis. Teori sinyal menyatakan bahwa dalam situasi ketidakseimbangan informasi antara manajemen dan investor, perusahaan akan berusaha mengirimkan sinyal kepada pasar melalui berbagai keputusan keuangan. Menurut (Brigham & Houston, 2019) sinyal positif seperti peningkatan laba, struktur modal yang sehat, dan pertumbuhan yang stabil akan meningkatkan persepsi investor terhadap prospek perusahaan, yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan harga saham dan nilai PBV. Sebaliknya, sinyal negatif seperti penurunan kinerja operasional atau tingkat utang yang tinggi dapat menurunkan kepercayaan investor, sehingga berdampak pada penurunan nilai pasar perusahaan.

Dengan demikian, fluktuasi PBV yang diamati selama periode penelitian mencerminkan bagaimana pasar menanggapi sinyal-sinyal yang dikirimkan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti struktur modal, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pasar terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan.

Faktor pertama yang menjadi perhatian dalam penentuan nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal menggambarkan komposisi antara utang dan ekuitas dalam pembiayaan operasional perusahaan (Sartono & Ratnawati, 2020). Proporsi antara utang dan ekuitas memiliki implikasi terhadap risiko dan potensi keuntungan perusahaan. Penggunaan utang dapat meningkatkan potensi *return* bagi pemegang saham melalui *financial leverage*, namun juga meningkatkan risiko finansial akibat kewajiban pembayaran bunga dan pokok utang (Setiawati & Veronica, 2020). Sebaliknya, penggunaan ekuitas memberikan fleksibilitas finansial namun mungkin memiliki biaya modal yang lebih tinggi (Aprillianto & Wardhaningrum, 2021). Oleh karena itu, manajemen perlu mempertimbangkan dengan cermat komposisi struktur modal yang paling sesuai untuk memaksimalkan nilai perusahaan sambil menjaga tingkat risiko yang terkendali (Megawati et al., 2021). Struktur modal menjadi acuan bagi investor karena mencerminkan tingkat risiko dan potensi keuntungan perusahaan (Sembiring et al., 2023).

Selain struktur modal, pertumbuhan penjualan juga menjadi faktor signifikan dalam menentukan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan

pendapatan dan memperluas pangsa pasar, yang berdampak positif terhadap profitabilitas dan prospek masa depan perusahaan (Arianti & Handayani, 2022). Dalam industri makanan dan minuman, kemampuan beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi dan tren pasar menjadi kunci dalam mempertahankan pertumbuhan penjualan yang positif.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah pertumbuhan perusahaan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperluas skala operasi, aset, dan kapasitas produksi (Tamsil & Esra, 2020). Pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan seringkali menjadi sinyal positif bagi investor mengenai potensi ekspansi dan peningkatan nilai di masa depan. Dalam sektor makanan dan minuman, pertumbuhan perusahaan dapat didorong oleh inovasi produk, penetrasi pasar baru, dan peningkatan efisiensi operasional.

Terakhir, profitabilitas merupakan indikator penting dari kinerja keuangan perusahaan yang menunjukkan kemampuannya dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi pengelolaan sumber daya dan operasional perusahaan, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Putri & Rachmawati, 2020; Rachmawati & Nugroho, 2021). Dalam industri makanan dan minuman yang kompetitif, menjaga dan meningkatkan profitabilitas merupakan tantangan yang berkelanjutan.

Penelitian terkait pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan sebelumnya. Sebagai contoh, penelitian (D. Irawan & Kusuma, 2019)

menemukan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan (Fajriah et al., 2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, pertumbuhan perusahaan ditemukan memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Ambarwati & Vitaningrum, 2021) dan (Hidayat & Khotimah, 2022) juga menyoroti pentingnya profitabilitas dalam memengaruhi nilai perusahaan. Meskipun penelitian-penelitian ini memberikan wawasan penting, terdapat kesenjangan yang perlu diisi, terutama dalam konteks sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tertentu, yaitu 2020–2023.

Penelitian sebelumnya cenderung bersifat umum atau berfokus pada sektor lain, sementara penelitian ini akan secara spesifik mengkaji hubungan antara struktur modal, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman, yang memiliki karakteristik unik, seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan preferensi konsumen, dan tantangan regulasi. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada periode 2020–2023, mencakup masa pandemi COVID-19 dan fase pemulihan ekonomi, yang mungkin memengaruhi variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kontribusi yang berbeda dari penelitian sebelumnya, karena mengintegrasikan dinamika sektor makanan dan minuman selama periode tersebut.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan teoritis. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi manajemen perusahaan

dalam menyusun strategi struktur modal, mengoptimalkan pertumbuhan penjualan, meningkatkan pertumbuhan perusahaan, serta mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan. Bagi investor, penelitian ini dapat memberikan informasi yang lebih spesifik tentang faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman, sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan investasi. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai hubungan struktur modal, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas dengan nilai perusahaan, khususnya dalam konteks sektor makanan dan minuman pada periode tertentu. Dengan demikian, penelitian ini relevan dan penting untuk mengisi kesenjangan dalam literatur yang ada.

Berdasarkan uraian di atas, sektor makanan dan minuman memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, namun juga menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, persaingan ketat, dan perubahan preferensi konsumen, khususnya selama periode 2020–2023 yang dipengaruhi pandemi COVID-19. Variasi Price to Book Value (PBV) yang terlihat antar perusahaan di sektor ini mengindikasikan adanya perbedaan dalam pengelolaan struktur modal, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas, yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Namun, hubungan antara faktor-faktor tersebut belum sepenuhnya dipahami secara spesifik dalam konteks sektor makanan dan minuman di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji **“Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan**

Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2023)”. Indonesia Periode 2020–2023)”).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023?
2. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023?
3. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023?
4. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023.

2. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023.
3. Menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023.
4. Menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya:

1. Bagi Akademisi

Penelitian yang diperoleh diharapkan dapat bermanfaat untuk riset yang akan datang, dapat dijadikan referensi yang menambah wawasan pengetahuan semua pihak, sebagai informasi dan pertimbangan bagi peneliti peneliti lain nya, terutama yang berkaitan dengan pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor industry makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Bagi Praktis

Memberikan panduan kepada manajer keuangan perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis terkait struktur modal dan strategi pertumbuhan yang optimal untuk meningkatkan nilai perusahaan.