

ANALISIS PENGARUH *LEVERAGE*, STRUKTUR MODAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2019 - 2023

Anggraini Putri Otorus Carolina¹, Wastam Wahyu Hidayat², Supardi³

Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
202110325141@mhs.ubharajaya.ac.id, wastam.wahyu@dsn.ubharajaya.ac.id,
supardi.tahir@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh leverage, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa peningkatan utang dapat menurunkan nilai perusahaan akibat meningkatnya risiko keuangan. Sebaliknya, struktur modal berpengaruh positif dan signifikan, menunjukkan bahwa pengelolaan proporsional antara utang dan ekuitas mampu meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, variabel pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, menandakan bahwa peningkatan penjualan belum tentu mencerminkan kinerja keuangan yang kuat jika tidak dibarengi dengan efisiensi dan profitabilitas. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa kombinasi leverage, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan secara kolektif memainkan peran penting dalam menentukan nilai perusahaan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan keuangan yang holistik dan strategis dalam meningkatkan nilai perusahaan di sektor yang kompetitif ini.

Kata Kunci: Leverage, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan, Sektor Makanan dan Minuman

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Saat ini terjadi persaingan yang ketat antara perusahaan manufaktur karena banyaknya perusahaan yang aktif di dunia bisnis dan kondisi ekonomi saat ini. Persaingan ini menyebabkan setiap perusahaan harus meningkatkan kinerjanya. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Dalam mengembangkan produk yang baru dan lebih baik, perusahaan harus mempertimbangkan aspek-aspek esensial dan fungsional dari produk tersebut. Sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia, dan konsumsi rumah tangga telah menjadi pendorong utama perekonomian negara ini. Meningkatnya pendapatan pribadi dan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama oleh meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah, merupakan pendorong utama pertumbuhan penjualan.

Daerah perkotaan di Indonesia mengalami pergeseran gaya hidup yang sebagian besar mengikuti tren pasar. Sebagai contoh, para pekerja kantoran menuntut makanan yang lebih sehat namun tidak memiliki banyak waktu atau keinginan untuk memasak. Yang terpenting,

infrastruktur ritel yang terus berkembang di negara ini memberikan konsumen akses ke lebih banyak variasi barang, seiring dengan pertumbuhan minimarket dan hipermarket yang semakin meluas di seluruh wilayah. Distribusi barang-barang yang mudah rusak, seperti makanan beku, di seluruh nusantara menjadi lebih mudah dengan adanya perbaikan logistik.

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman atas dasar harga berlaku ADHB) mencapai Rp1,12 kuadriliun pada tahun 2021, meningkat 2,54 persen dari tahun 2020 menjadi Rp775,1 triliun. Angka tersebut mewakili 38,05 persen dari industri pengolahan non-migas atau 6,61 persen dari PDB nasional sebesar Rp16,97 kuadriliun. Seiring dengan membaiknya situasi ekonomi, persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat, mendorong bisnis lokal di sektor ini untuk berkembang menjadi eksportir internasional yang makmur; persaingan ini menjadi insentif bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk demi mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kekayaan pemilik dan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan, yang mencerminkan kesehatan keuangan perusahaan dan daya tarik investor, adalah salah satu indikator kinerja paling signifikan dalam dunia bisnis. Nilai perusahaan yang tinggi menumbuhkan kepercayaan di antara para pemangku kepentingan selain mengindikasikan potensi keuntungan (Khan et al., 2021). Pentingnya nilai perusahaan terletak pada kenyataan bahwa nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan. Hal ini pada gilirannya memengaruhi cara investor memandang perusahaan. Dengan kata lain, nilai perusahaan yang tinggi juga berarti kekayaan pemegang saham yang tinggi. Ketika sebuah perusahaan diperdagangkan di bursa saham atau sahamnya tersedia untuk umum, persepsi investor menentukan nilainya. Jumlah yang bersedia dibayarkan oleh investor ketika bisnis dijual adalah nilai perusahaan. Namun, bisnis juga terkena dampak negatif dari persaingan. Produk perusahaan akan tersingkir dari pasar jika tidak mampu meningkatkan kualitas barang yang diproduksi.

Industri pengolahan makanan dan minuman di Indonesia merupakan salah satu sektor yang paling mapan, dengan banyak pelaku usaha yang bersaing di pasar. Meskipun didominasi oleh usaha mikro dan kecil, sejumlah perusahaan besar seperti PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), yang mencatat penjualan bersih mencapai Rp17,18 triliun pada kuartal I 2022, Wings Group, dan Garuda Food (anak usaha Tudung Group) memegang kendali pasar. Perusahaan-perusahaan ini tidak hanya bersaing dari sisi harga, tetapi juga berinovasi dalam menciptakan produk bernilai tambah yang disesuaikan dengan selera konsumen lokal, seperti bubur instan Mayora yang mengadopsi makanan tradisional Indonesia. Karena perusahaan besar memiliki kapasitas yang lebih baik dalam menghadapi kenaikan biaya maupun perubahan kebijakan mendadak, serta peluang besar dalam memanfaatkan pasar ekspor di Asia Tenggara, diperkirakan akan terjadi konsolidasi signifikan dalam industri ini.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif kausal yang bersumber dari data ststistika. Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh laporan keuangan perusahaan yang bergerak di Sektor Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019 - 2023. Sumber utama informasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang bergerak pada sektor industri makanan dan minuman periode 2019 - 2023, yang tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI) atau situs web resmi perusahaan. Selain itu, BEI juga menyediakan informasi mengenai harga saham dan laporan tahunan perusahaan. Dampak dari *leverage*, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan kemudian diuji dengan menggunakan metode statistik seperti regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari pengujian statistik deskriptif adalah untuk menyediakan, mengevaluasi, dan memadatkan data yang terdapat dalam penelitian ini dengan cara yang dapat di mengerti. Teknik ini menggambarkan keseluruhan variabel dari kumpulan data tanpa menarik kesimpulan tambahan (inferensi).

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Leverage	50	32.00	3042.00	729.4200	880.02155
Struktur Modal	50	29.00	13175.00	1967.3000	3204.02316
Pertumbuhan Penjualan	50	-253.00	504.00	63.7600	126.94022
Nilai Perusahaan	50	12.00	60671.00	6274.5000	14345.91572
Valid N (listwise)	50				

Gambar 4.1 Uji Statistika Deskriptif

Berdasarkan, tabel 4.1 dapat dilihat pengujian dari statistika deskriptif adalah sebagai berikut:

1. Leverage

Dengan nilai rata-rata *leverage* sebesar 729,42 dan standar deviasi 880,02, terdapat variasi yang cukup besar dalam hal bagaimana utang digunakan oleh bisnis yang berbeda. Ada beberapa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang jauh lebih tinggi daripada yang lain, yang dibuktikan dengan nilai *leverage* minimum sebesar 32 dan nilai maksimum sebesar 3.042.

2. Struktur Modal

Dengan standar deviasi yang sangat tinggi yaitu 3.204,02, rata-rata struktur modal adalah 1.967,30. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebar luas dan komposisi modal (ekuitas dan utang) perusahaan sangat bervariasi. Beberapa bisnis sangat tergantung pada struktur modal tertentu, sebagaimana dibuktikan oleh nilai maksimum yang sangat tinggi (13.175).

3. Pertumbuhan Penjualan

Dengan standar deviasi 126,94, rata-rata pertumbuhan penjualan adalah 63,76. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun terdapat beberapa variasi, mayoritas bisnis mengalami pertumbuhan penjualan yang positif. Sementara nilai maksimum 504 menunjukkan pertumbuhan penjualan yang sangat tinggi di beberapa perusahaan, nilai minimum -253 menunjukkan bahwa beberapa perusahaan mengalami penurunan penjualan yang signifikan.

4. Nilai Perusahaan

Dengan standar deviasi yang sangat tinggi yaitu 14.345,92, rata-rata nilai perusahaan adalah 6.274,5. Hal ini menunjukkan disparitas yang signifikan dalam nilai pasar antara bisnis, dengan bisnis kecil memiliki nilai minimum 12 dan bisnis besar memiliki nilai maksimum 60.671.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Gambar 4.2 Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
	1 (Constant)	782.413	1281.989					.610
Leverage	-7.289	1.647	-.447		-4.425	.000	.367	2.727
Struktur Modal	5.484	.455	1.225		12.045	.000	.362	2.762
Pertumbuhan Penjualan	.305	7.108	.003		.043	.966	.947	1.056

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel dependen, nilai perusahaan, secara simultan dijelaskan oleh leverage, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan. Model tersebut diturunkan dari persamaan regresi yang dihasilkan:

$$\text{Nilai Perusahaan} = 782,413 - 7,289X_1 + 5,484X_2 + 0,305X_3 + e$$

Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t)

Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
	1 (Constant)	782.413	1281.989					.610
Leverage	-7.289	1.647	-.447		-4.425	.000	.367	2.727
Struktur Modal	5.484	.455	1.225		12.045	.000	.362	2.762
Pertumbuhan Penjualan	.305	7.108	.003		.043	.966	.947	1.056

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki nilai t hitung sebesar -4,425 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. *Leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri makanan dan minuman, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar *leverage* yang dimiliki perusahaan, maka nilai perusahaan cenderung akan semakin rendah, mungkin sebagai akibat dari risiko keuangan yang lebih tinggi sehingga investor memandang negatif.

Nilai t-hitung untuk variabel struktur modal adalah 12,045 dengan tingkat signifikansi 0,000. Struktur modal berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Pada perusahaan makanan dan minuman, hal ini berarti manajemen struktur modal yang efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan, misalnya dengan memperkuat struktur keuangan dengan bauran utang dan ekuitas yang tepat.

Variabel pertumbuhan penjualan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.966 dan nilai t sebesar 0.043. Tidak terlihat adanya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan, karena nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0,05. Dengan demikian, nilai perusahaan dalam industri ini tidak terpengaruh oleh fluktuasi tingkat penjualan selama jangka waktu tersebut.

Uji Koefisien Regresi Secara Bersama - sama (Uji F)

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8347745793	3	2782581931	73.702	.000 ^b
	Residual	1736713805	46	37754647.94		
	Total	1.008E+10	49			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Struktur Modal

Nilai F hitung dengan tingkat signifikansi 0,000 sebesar 73,702 sesuai dengan hasil uji F. Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang menggabungkan variabel struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri makanan dan minuman di BEI periode 2019-2023 karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan atau varians nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen secara bersama- sama. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan di pasar sangat ditentukan oleh kinerja penjualan dan manajemen struktur keuangan.

Koefisien Determinasi (R²)

Gambar 4.4 Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.910 ^a	.828	.817	6144.48110	1.796

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Struktur Modal

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,828 menunjukkan bahwa sebesar 82,8% variasi dalam nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu *leverage*, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama. Sementara sisanya, yaitu 17,2%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,817 mengkonfirmasi bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel, model ini tetap kuat dan relevan.

Pembahasan

Pengaruh *Leverage* terhadap Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.3, variabel *leverage* memiliki nilai t hitung sebesar -4,425 pada tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengimplikasikan bahwa nilai perusahaan cenderung menurun seiring dengan meningkatnya *leverage* atau jumlah utang.

Menurut temuan ini, struktur pendanaan yang terlalu bergantung pada utang dapat meningkatkan risiko keuangan dan mengikis kepercayaan investor. Investor lebih berhati-hati dalam menentukan nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman karena ketergantungan pada utang dapat berdampak pada kemampuan perusahaan untuk melanjutkan operasi dan mempertahankan profitabilitas. Hasil ini konsisten dengan teori trade-off, yang menyatakan

bahwa untuk menambah nilai bisnis, penggunaan utang harus ditimbang dengan risiko kebangkrutan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelum - sebelumnya yang mengatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan seperti pada penelitian Sukmahayati & Suwaidi, (2021) dan Nugroho *et al.*, (2022). Tetapi pada penelitian Sari *et al.*, (2021) mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena *leverage* yang tinggi memungkinkan bisnis untuk menggunakan modal yang berasal dari utang atau aset yang dibiayai utang untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi. Hal ini memungkinkan bisnis beroperasi seefisien mungkin, sehingga meningkatkan laba.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.3, diketahui bahwa variabel struktur modal memiliki nilai t sebesar 12,045 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin baik pengelolaan struktur modal yakni perbandingan proporsional antara utang dan ekuitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang dapat dicapai.

Bisnis di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI yang mampu menyusun struktur modal secara efektif biasanya menunjukkan peningkatan kepercayaan investor, daya saing, dan stabilitas keuangan. Tanpa membebani keuangan jangka panjang, sebuah bisnis dapat memenuhi kebutuhannya secara strategis dengan struktur modal yang ideal. Selama masih dalam batas toleransi risiko perusahaan, misalnya, penggunaan utang dalam jumlah yang tidak terlalu besar dapat menghasilkan penghematan pajak (tax shield).

Hasil ini konsisten dengan teori trade-off, yang menjelaskan mengapa biaya modal dan risiko kebangkrutan harus dipertimbangkan ketika memilih sumber pembiayaan. Kemampuan bisnis untuk mengelola modal secara efektif dan menghasilkan nilai bagi para pemegang saham ditunjukkan oleh struktur modal yang seimbang. Struktur modal adalah salah satu elemen kunci yang mempengaruhi bagaimana pasar memandang kinerja dan masa depan perusahaan, terutama di sektor makanan dan minuman, yang dikenal dengan pertumbuhannya yang stabil tetapi juga sensitivitasnya terhadap efektivitas biaya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelum - sebelumnya yang menjelaskan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan seperti pada penelitian Nopianti & Suparno, (2023) dan Clara florensita yulisa & Ickhsanto Wahyudi, (2023). Tetapi temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Putri *et al.*, (2022) yang mengatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai t sebesar 0,043 dengan tingkat signifikansi 0,966. Karena nilai signifikansi jauh lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, kenaikan penjualan yang terjadi pada perusahaan-perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 tidak secara langsung berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun penjualan meningkat, hal tersebut belum tentu mencerminkan kinerja keuangan yang kuat secara keseluruhan. Hal ini bisa terjadi apabila

peningkatan penjualan tidak disertai dengan efisiensi biaya, kenaikan laba bersih, atau pertumbuhan yang berkelanjutan.

Di industri makanan dan minuman yang cenderung kompetitif dan memiliki margin keuntungan yang relatif tipis, perusahaan bisa saja mengalami peningkatan penjualan, namun tetap menghadapi tekanan terhadap profitabilitas karena biaya bahan baku, distribusi, dan promosi yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian - penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan seperti pada penelitian Rosiva *et al.*, (2022). Tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Fajriah *et al.*, (2022) dan Anggraini & Agustiningsih, (2022) yang mengatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengaruh Leverage, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel independen yang terdiri dari leverage, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki kemampuan untuk menjelaskan perubahan atau variasi yang terjadi pada nilai perusahaan dalam industri makanan dan minuman selama periode penelitian.

Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun tidak semua variabel berpengaruh secara parsial (seperti pertumbuhan penjualan yang tidak signifikan), namun jika digabungkan dalam satu model, keberadaan ketiganya secara kolektif memberikan kontribusi yang bermakna terhadap nilai perusahaan. Dalam konteks sektor makanan dan minuman, pengaruh kombinatorik dari struktur pendanaan, penggunaan utang, dan tren penjualan menjadi faktor penting yang dipertimbangkan investor dalam menilai nilai perusahaan. Dengan demikian, manajemen perusahaan perlu memperhatikan keseluruhan aspek keuangan secara holistik, bukan hanya satu variabel saja, agar dapat meningkatkan daya saing dan menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham.

KESIMPULAN

- 1) Leverage memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi proporsi utang yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar pula risiko keuangan yang ditanggung, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini mencerminkan bahwa investor cenderung menilai negatif perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi karena dianggap berisiko tinggi, terutama dalam sektor industri makanan dan minuman yang memiliki struktur biaya tetap yang sensitif terhadap beban bunga.
- 2) Struktur modal menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, perusahaan yang mampu mengelola struktur modal secara optimal yakni keseimbangan antara pendanaan dari utang dan ekuitas mampu meningkatkan nilai perusahaan. Dalam konteks industri makanan dan minuman, struktur modal yang efisien mendukung stabilitas finansial dan meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja jangka panjang perusahaan.
- 3) Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa meskipun perusahaan mengalami peningkatan penjualan, hal tersebut belum tentu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan jika tidak dibarengi dengan efisiensi operasional, peningkatan margin laba, dan pengelolaan strategi pertumbuhan yang tepat.

- 4) Secara simultan, leverage, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini ditunjukkan melalui uji F, yang memperlihatkan bahwa model regresi yang dibangun layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, C., & Agustiniingsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 494-512.
- Arifin, P. N., & Arif, R. (2024). *Pengaruh Leverage , Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022)*. 3(3).
- Arimerta, I. D. A. P., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2023). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor. *Jurnal Values*, 4, 14-24.
- Clara florensita yulisa, & Ickhsanto Wahyudi. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 52-61. <https://doi.org/10.51903/jupea.v3i1.580>
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1-12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Insan, A. F., & Purnama, I. (2021). Pengaruh Current Ratio Dan Quick Ratio Terhadap Perubahan Laba Pada Pt. Akasha Wira Internasional Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 68-78. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3070>
- Listiani, E. D., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. *Fidusia : Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 6(1), 58-69. <https://doi.org/10.24127/jf.v6i1.1305>
- Lukman, I., & Albar, S. G. (2022). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(3), 298-307. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i3.26>
- Maulana, Y., Wijayanti, T., & Arraniri, I. (2023). *PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERPUTARAN MODAL KERJA, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*. 9(2), 1-23.
- Meifida Ilyas, & Lesi Hertati. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Struktur Modal, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Satya Mandiri Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 32-44. <https://doi.org/10.54964/satyamandiri.v8i1.362>
- Nugroho, A., Indriyatni, L., & Widodo, U. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-

- 2020). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 165-172. <https://doi.org/10.34152/emba.v1i2.506>
- Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, K. A. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15-31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Putri, E. K. H., Indriani, E., & Mariadi, Y. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Di Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2020. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 752-763. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i4.269>
- Rofida, S. C. (2023). Pengaruh Leverage, Inovasi, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(5), 1-16.
- Rosiva, M., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Struktur Aktiva dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. 2(6), 1333-1349
- Sahrir, S. S. (2024). the Influence of Market Segmentation on Customer Decisions in Choosing Bank Syariah Indonesia in North Luwu Regency. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 284. <https://doi.org/10.35906/equili.v13i1.1962>
- Sari, N. M. W., Sukadana, I. W., & Widnyana, I. W. (2021). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Emas*, 2(1), 201-217.
- Sofia Prima Dewi, F. H. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 137. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i1.11414>
- Sofiatin, D. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 57-66. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i2.395>
- Sondakh, R., & Morasa, J. (2019). Ipteks Mengukur Nilai Perusahaan Di Pasar Modal Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 3(1), 17-22. <https://doi.org/10.32400/jiam.3.1.2019.23304>
- Sudirman, M. A., Nurmilasari, & Sandi, A. I. (2021). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah METANSI Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 51-60.
- Suganda, R., Sutrisno, E., & Wardana, I. W. (2022). The Effect Of Financial Leverage On The Performance Of Quoted Manufacturing Companies In Nigeria. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Welly, Y., Susanti, E., Azwar, K., & Grace, E. (2019). Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Serta Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderat Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 1-10. <https://doi.org/10.37403/financial.v5i2.115>
- Wiratno, D. H., & Yustrianthe, R. H. (2022). Price earning ratio, ukuran dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5587-5595. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2097>