

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, *NET PROFIT MARGIN*
DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI
BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2021**

SKRIPSI

OLEH :

**ROBERT MARTOGU PASARIBU
188330155**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 13/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)13/11/23

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, *NET PROFIT MARGIN*
DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI
BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2021**

SKRIPSI

OLEH :

**ROBERT MARTOGU PASARIBU
188330155**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 13/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)13/11/23

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, *NET PROFIT MARGIN*
DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI
BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2021**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memproleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**ROBERT MARTOGU PASARIBU
188330155**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

.....
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
.....

Document Accepted 13/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)13/11/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

Nama : Robert Martogu Pasaribu

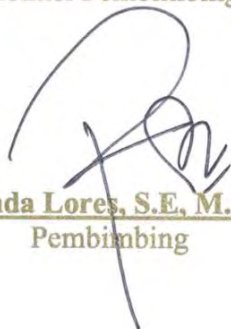
Npm : 188330155

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

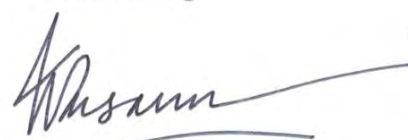
Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



Linda Lores, S.E., M.Si
Pembimbing

Pemanding



Warsani Purnama Sari, S.E., Ak, MM, CA
Pemanding

Mengetahui :



Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph.D, CIMA
Dekan



Fauziah Rahman, S.Pd., M.Ak., SE, M.Si
Ka. Prodi Akuntansi

Tanggal Lulus : 19 September 2023

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 19 September 2023

Peneliti



Robert Martogu Pasaribu
188330155

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robert Martogu Pasaribu
NPM : 188330155
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis
Fakultas : Akuntansi
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 19 September
2023

Yang Menyatakan :



Robert Martogu Pasaribu

NPM. 188330155

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of sales growth, net profit margin, and capital structure on company value in manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021. This type of research is causal associative with quantitative data. The population in this study is companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021, namely 54 companies. The samples used in this study are manufacturing companies with sampling techniques using purposive sampling, namely as many as 12 companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021. The source of data used in this study is secondary data obtained in the form of financial statements that are routinely published annually by companies obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange www.idx.co.id. The data collection technique used in this study is quantitative data, which is in the form of the company's financial statements for 2019-2021. The data analysis technique used is linear regression analysis using spss version 26. The results of the study stated that sales growth had a positive and significant effect on company value, Net profit margin had a positive and significant effect on company value, Capital structure had a positive and significant effect on company value. Simultaneously, sales growth, net profit margin and capital structure have a positive and significant effect on the value of companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021.

Keywords: *sales growth, net profit margin, capital structure, company value*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Jenis penelitian ini yaitu asosiatif kausal dengan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 yaitu 54 perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dengan teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling* yaitu sebanyak 12 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dalam bentuk laporan keuangan yang rutin diterbitkan setiap tahunnya oleh perusahaan yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id. Teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang berupa laporan keuangan perusahaan Tahun 2019-2021. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan spss versi 26. Hasil penelitian menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Net profit margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan pertumbuhan penjualan, *net profit margin* dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021.

Kata kunci: pertumbuhan penjualan, *net profit margin*, struktur modal, nilai perusahaan

RIWAYAT HIDUP



Nama	Robert Martogu Pasaribu
NPM	188330155
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 12 Oktober 2000
Nama Orang Tua :	
Ayah	Mariduk Pasaribu
Ibu	Adarma Harianja
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Negeri 21 Medan
SMA	SMA Swasta Budi Murni 2 Medan
Riwayat Studi di UMA	Prodi Akuntansi
Pengalaman Pekerjaan	---
No. HP/WA	0812-6092-5724
Email	robertpasaribu2000@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dimana atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul peneliti adalah **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Net Profit Margin dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata (S-1) program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Dalam penelitian skripsi ini ditemui beberapa kesulitan, namun dengan kerja keras, kesabaran, usaha, motivasi serta bantuan dari beberapa pihak baik secara moral maupun material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Maka pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Fauziah Rahman, S.Pd., M.Ak., SE, M.Si selaku Ketua Program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
4. Ibu Linda Lores, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan, saran serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Warsani Purnama Sari, S.E, Ak, MM, CA selaku Dosen Pembanding saya selama melaksanakan seminar dan Ujian Meja Hijau.
6. Bapak Muhammad Habibie SE, M.Ak selaku Dosen Sekretaris yang meluangkan waktu untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Orang Tua peneliti Bapak Mariduk Pasaribu dan Ibu Adarma Harianja yang senantiasa memberikan doa dan dukungan buat peneliti

Akhir kata dengan kerendahan hati peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dengan harapan semoga peneliti ini bermanfaat bagi semua pihak.

Medan, 19 September 2023
Peneliti



Robert Martogu Pasaribu
188330155

DAFTAR ISI

ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Masalah	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Signalling Theory</i>	15
2.1.2 Pertumbuhan Penjualan.....	15
2.1.3 <i>Net Profit Margin</i>	19
2.1.4 Struktur Modal	22
2.1.5 Nilai Perusahaan.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
2.4.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.....	31
2.4.2 Pengaruh <i>Net Profit Margin</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	32
2.4.3 Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan	34
2.4.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, <i>Net Profit Margin</i> dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Objek Penelitian dan Waktu Penelitian	36
3.2.1 Objek Penelitian.....	36
3.2.2 Waktu Penelitian.....	36
3.3 Definisi Operasional dan Instrumen Penelitian.....	37
3.3.1 Definisi Operasional	37
3.3.2 Instrumen Penelitian	38
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel.....	41
3.5 Metode Pengumpulan Data	43
3.6 Metode Analisis Data	43
3.6.1 Statistik deskriptif	43
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	44

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.6.4 Uji Hipotesis	46
3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Penelitian	48
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.2 Statistik Deskriptif	50
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	50
4.3 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	52
4.3.1 Hasil Pengujian Normalitas.....	52
4.3.2 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	53
4.3.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	55
4.3.4 Hasil Pengujian Autokorelasi.....	55
4.4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	58
4.5.1 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	58
4.5.2 Hasil Pengujian F (Simultan).....	59
4.5.3 Hasil Pengujian Secara Determinasi (R^2).....	60
4.6 Pembahasan.....	60
4.6.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Konsumsi.....	60
4.6.2 Pengaruh <i>Net Profit Margin</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Konsumsi.....	61
4.6.3 Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Konsumsi.....	62
4.6.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, <i>Net Profit Margin</i> dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Konsumsi	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nilai Pertumbuhan Penjualan, <i>Net Profit Margin</i> , Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Pada perusahaan Industri Barang Konsumsi Tahun 2019-2021	4
Tabel 1.2 Nilai Pertumbuhan Penjualan, <i>Net Profit Margin</i> , Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Pada perusahaan STTP dan GGRM Tahun 2019-2021.	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Kriteria Perusahaan Industri Barang Konsumsi.....	37
Tabel 3.3 Nama perusahaan Industri Barang Konsumsi	39
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Tabulasi Data variabel Penelitian	49
Tabel 4.2 Uji Statistik Deskriptif	51
Tabel 4.3 Uji Kolmogorov-Smirnov	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi	57
Tabel 4.7 Uji Analisa Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.8 Hasil Uji T (Parsial)	58
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Simultan).....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi (r^2)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normal P-P Plot.....	53
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data Penelitian Perusahaan.....	72
Lampiran 2 Output Hasil Uji Statistik	87
Lampiran 3 Output Hasil Penelitian.....	89
Lampiran 4 Surat Ijin Riset Penelitian	90
Lampiran 5 Surat Selesai Riset Penelitian	91

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah menciptakan lingkungan bisnis yang menyebabkan perlunya peninjauan kembali sistem manajemen yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat *survive* (bertahan) dan *prospectable*, sehingga perusahaan dituntut untuk selalu dapat meningkatkan nilai perusahaan mereka. Bagi perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan tingginya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor. Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka tepat sebagai alternatif investasi maka apabila pemilik perusahaan tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan, nilai perusahaan akan berada di bawah nilai yang sebenarnya.

Nilai perusahaan menggambarkan keadaan perusahaan di masa kini. Kenaikan nilai perusahaan merupakan pencapaian tinggi suatu perusahaan yang diinginkan oleh para pemiliknya. Perusahaan mempunyai tujuan dalam jangka panjang yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Jika perusahaan mampu memperoleh nilai yang tinggi dalam hal nilai perusahaannya maka kesejahteraan para pemilik perusahaan juga pasti meningkat dan juga akan lebih memudahkan perusahaan dalam memperoleh pandangan serta akan mendapat pandangan baik daripada calon penanam saham. Dalam pencapaian nilai maksimal pada perusahaan, pemilik dan manajemen perusahaan sangat berperan penting dalam hal untuk mengambil keputusan keuangan terkait dengan pengelolaan aset dan

juga bagaimana mengelola laba perusahaan. Tentunya yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan tersebut adalah harus sesuai dengan laporan. Nilai perusahaan menunjukkan kesejahteraan para investor dalam tujuan jangka panjang. Sejalan dengan perkembangan jaman persaingan industri terus berkembang, sehingga setiap perusahaan manufaktur selalu berupaya meningkatkan kinerjanya untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai nilai perusahaan yang tinggi. Setiap perusahaan berlomba-lomba bersaing dan terus berkembang dengan sangat cepat di indonesia ataupun secara global. Kondisi ekonomi global saat ini terus melakukan persaingan yang semakin tajam. Agar perusahaan mampu bertahan dan unggul dalam persaingan global, perusahaan harus mampu mengelola fungsi penting seefektif dan seefisien mungkin. Indonesia banyak perusahaan yang telah berkontribusi dalam pembangunan ekonomi. Salah satu jenis perusahaan itu adalah perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur telah mempunyai peranan yang penting dalam transaksi internasional khususnya industri yang bergerak dalam sektor barang dan konsumsi pada perusahaan manufaktur. Di indonesia banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang industri barang dan konsumsi yang telah berperan penting dalam hal memajukan ekonomi.

Globalisasi dalam bidang ekonomi memberikan kesempatan kepada setiap perusahaan masuk ke dalam lingkungan bisnis yang lebih luas. Indonesia sebagai bagian dalam kawasan regional Asia Tenggara mempunyai tantangan dalam menghadapi satu pasar bebas dalam kawasan Asia Tenggara yang dikenal dengan nama Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Dengan diberlakukannya MEA, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia menghadapi suatu tantangan untuk merebut

peluang pasar dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan pemegang kepentingan perusahaan dalam mempertahankan berlangsungnya sebuah perusahaan. Salah satu tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan (Sudana, 2011).

Jumlah penduduk di Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun mendorong terciptanya pasar yang semakin besar. Salah satunya sektor usaha yang diyakini masih akan terus bertumbuh adalah sektor industri barang dan konsumsi. Dengan Jumlah penduduk yang besar dan diperkirakan akan terus meningkat, sektor ini adalah sektor yang paling menarik bagi investor dikarenakan konsumen akan semakin bertumbuh dan pangsa pasar akan semakin meluas. Fenomena yang sering terjadi di Bursa Efek Indonesia sering mengalami kondisi naik turunnya harga saham pada sektor industri barang konsumsi. Sejak awal tahun 2019 kinerjanya hampir 20% lebih tepatnya 19,31% menurun berdasarkan data bursa efek indonesia. Sepanjang tahun 2019, indeks saham sektor barang konsumsi jatuh terkoreksi hingga 19,31% lebih buruk bila dibandingkan tahun 2018 yang terkoreksi 10,21% pertahun. Berdasarkan data PT Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id., kinerja sektor konsumsi turun 19,17 % sepanjang kuartal I Tahun 2020.

Sektor yang menurun cukup dalam pada semester I Tahun 2020 adalah sektor perdagangan, jasa, dan investasi yang terkoreksi 21,77 *year to date*. Kemudian berturut-turut sektor pertambangan (23,54 persen), sektor finansial (26,94 persen), dan sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi (29,20 persen). Sektor hotel, pariwisata, dan restoran, transportasi, dan manufaktur, diyakini akan sulit untuk bangkit kembali ke posisi kinerja sebelum terpapar Covid-19.

Adapun sektor yang paling tertekan adalah sektor industri dasar dan kimia yang terkoreksi dalam hingga 40,68 persen. Pasalnya, PSBB telah memberhentikan aktivitas bisnisnya sehingga tercermin ke kinerja pendapatan dan laba yang tidak membahagiakan sepanjang paruh pertama tahun ini melihat nilai perusahaan yang fluktuatif (Sumarna, 2021)

Tabel 1.1
Nilai Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin*, Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Pada perusahaan Industri Barang Konsumsi Tahun 2019-2021

Tahun	Pertumbuhan Penjualan	<i>Net Profit Margin</i>	Struktur Modal	Nilai Perusahaan
2019	6%	14%	59%	26.318%
2020	5%	18%	50%	24.752%
2021	5%	17%	42%	22.967%

Sumber : *Idx.co.id*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa 54 kondisi barang konsumsi Nilai Perusahaan pada tahun 2020 mengalami penurunan dari 2019 sebesar 24.7% karena pandemi covid-19 membawa pasar modal ke arah yang cenderung negatif akibat rendahnya sentimen investor terhadap pasar. Karena itu hasil pengukuran nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh nilai pasar ekuitas yang diperoleh melalui hasil perkalian harga saham yang beredar (Nasution, 2020).

Pertumbuhan penjualan mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar 5% dikarenakan pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia, Penurunan disebabkan karena pemerintah menerapkan pembatasan sosial berskala besar demi mencegah penyebaran lebih luas atas Covid-19 dan *Net Profit Margin* mengalami kenaikan pada tahun 2020 sebesar 18% karena tempo scan mengurangi biaya operasi tahun 2020 terutama biaya penjualan serta biaya umum dan administrasi. Sedangkan Struktur Modal mengalami penurunan pada tahun 2020 dari 2019 sebesar 50% karena selama pandemi struktur aktiva sangat kecil karena penurunan ekonomi di

berbagai negara mengakibatkan struktur modal menurun di perusahaan BUMN. Pada tahun 2021 Pertumbuhan Penjualan meningkat dikarenakan didorong oleh penjualan mayoritas kelompok perusahaan makanan minuman sebesar 10% sedangkan *Net Profit Margin* juga mengalami kenaikan pada tahun 2021 sebesar 17% karena meningkatnya jumlah penjualan. Struktur modal pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 42%, Karena struktur modal merupakan modal sendiri dan walaupun mengalami peningkatan struktur modal atau modal sendiri tetap menurun. Nilai Perusahaan pada tahun 2021 juga mengalami peningkatan sebesar 22.9% pertumbuhan penjualan meningkat dikarenakan minat masyarakat dalam membeli kebutuhan masih tergolong normal maka dari itu nilai perusahaan meningkat. Nilai perusahaan pada perusahaan industri barang konsumsi mengalami fluktuatif itu terjadi sebelum dan setelah covid dari tahun 2019 sampai 2021.

Tabel 1.2
Nilai Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin*, Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Pada perusahaan STTP dan GGRM Tahun 2019-2021

NO	Kode	Tahun	PBV (Y)	Pertumbuhan Penjualan (X1)	<i>Net Profit Margin</i> (X2)	DER (X3)
1	STTP	2019	274%	24%	728%	34%
		2020	370%	10%	612%	29%
		2021	300%	10%	687%	19%
2	GGRM	2019	200%	15%	1016%	54%
		2020	135%	4%	1497%	34%
		2021	99%	9%	2228%	52%

Pada tabel diatas terlihat nilai perusahaan Siantar Top Tbk pada tahun 2019 sampai Tahun 2021 meningkat dikarenakan perusahaan memiliki tingkat utang yang tinggi, nilai buku perusahaan akan berkurang, sehingga PBV akan meningkat. Sebaliknya, jika perusahaan memiliki tingkat utang yang rendah, nilai buku perusahaan akan meningkat dan PBV akan menurun. Faktor yang kedua

ketika pasar saham sedang stabil, PBV cenderung meningkat. Sebaliknya, Jika pasar saham sedang dalam kondisi yang tidak stabil, maka PBV cenderung turun, karena investor cenderung menghindari saham yang terlalu tidak signifikan dan beralih ke instrumen investasi yang lebih aman. Berbeda dengan pertumbuhan penjualan menurun dari tahun 2019 sampai 2021 dikarenakan menurunnya minat masyarakat dalam mengkonsumsi barang konsumsi pada saat terjadinya *Covid-19*. *Net Profit Margin* juga mengalami penurunan pada tahun 2020-2021 dikarenakan laba bersih dan penjualan bersih sama-sama mengalami penurunan, dengan presentase penurunan penjualan bersih yang lebih besar bukan berarti perusahaan jelek. penurunan penjualan bersih bisa juga dikarenakan kondisi ekonomi yang saat itu lagi melemah dan kemampuan perusahaan dalam meminimalkan biaya-biaya perusahaan yang kurang efektif. Struktur modal mengalami penurunan pada tahun 2020-2021 akibat Covid-19 yang melanda ke Indonesia mengakibatkan adanya keterbatasan suplai bahan baku, pembatasan sarana transportasi dan kapasitas produksi, pemeriksaan keluar masuk barang yang lebih lama dan sulit. Walaupun terjadinya penurunan perseroan akan berusaha sebisa mungkin mengantisipasi tantangan selama pandemi Covid-19 agar tidak menimbulkan kerugian yang signifikan bagi perseroan. Diantaranya adalah melakukan upaya promosi atas produk-produk unggulannya yang masih cukup potensial di pasaran, dengan strategi memperluas jaringan *distribution center* untuk menyiapkan *buffer stock*, supaya mempermudah penyebaran produk untuk wilayah-wilayah terdekat dan menjalin hubungan baik dengan distributor setempat. Perseroan juga tetap mengembangkan pasar ekspor di negara-negara Asia, Timur Tengah dan Afrika.

Perusahaan Gudang garam juga mengalami penurunan Nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan dan struktur modal pada tahun 2020-2021 Akibat *Covid-19*, operasional dan distribusi perseroan berhenti sementara dan volume penjualan perseroan menurun drastis. Manajemen Gudang Garam mengungkapkan, volume penjualan perusahaan turun tajam sejak April 2020. Hal ini disebabkan kenaikan cukai rokok dan daya beli masyarakat yang cenderung lesu. *Net Profit Margin* pada tahun 2019-2021 mengalami peningkatan penjualan produk sigaret kretek mesin (SKM) di pasar lokal dan sigaret kretek tangan (SKT) yang meningkat. Adanya penurunan pada perusahaan PT Gudang Garma karena Pandemi Covid-19 membuat tantangan semakin berat karena daya beli masyarakat tertekan, terutama kalangan bawah. Gudang Garam terus bersiaga dan memantau perkembangan ini dengan seksama.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan terkait harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan nilai sekarang dari arus kas atau arus pendapatan yang diharapkan dan telah diterima oleh investor pada masa yang akan datang (Sudana, 2011). Investor akan menilai perusahaan yang baik adalah perusahaan yang memiliki sumber daya yang melimpah. Perusahaan dengan nilai yang tinggi merupakan suatu perusahaan dengan posisi keuangan yang baik, demikian pula sebaliknya. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat (Brigham, E. F., & Houston, 2011). Menurut Gitman (2012) nilai perusahaan adalah nilai aktual perlembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan di jual sesuai harga

saham. Semakin tinggi harga suatu saham, maka setiap lembar kepemilikan saham menjadi semakin bernilai dan semakin tinggi keyakinan investor akan return yang bisa didapat. Hal ini menjadi dasar tercapainya salah satu tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Soebiantoro, 2007).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu pertumbuhan penjualan, *net profit margin*, struktur modal. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan tinggi, maka akan mencerminkan pendapatan perusahaan yang juga meningkat (Kesuma,2009). Pertumbuhan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pementapan posisi di dunia persaingan usaha, menikmati penjualan yang meningkat secara signifikan dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Perusahaan yang tumbuh cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, akan tetapi perusahaan harus ekstra hati-hati karena kesuksesan yang diperoleh menyebabkan perusahaan rentan terhadap isu-isu negatif. Pertumbuhan yang cepat memaksa sumber daya manusia yang dimiliki memberikan kontribusi secara optimal (Machfoedz,1996;)

Selain perubahan aset, maka hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal adalah proporsi pendanaan dengan utang perusahaan. Utang adalah unsur dari struktur modal yang menjadi kunci perbaikan

profitabilitas dan kinerja perusahaan. Struktur modal diperlukan untuk meningkatkan nilai perusahaan karena penetapan struktur modal dalam kebijakan pedanaan perusahaan menentukan pertumbuhan perusahaan. Pemilik struktur modal yang baik pada perusahaan adalah penting. Perbandingan modal pinjaman dengan modal sendiri haruslah tepat karena perbandingan tersebut akan berakibat langsung terhadap posisi keuangan perusahaan. Bila perusahaan mengutamakan modal sendiri akan mengurangi biaya ketergantungan terhadap pihak luar dan mengurangi resiko keuangan. Namun disamping itu perusahaan akan mengalami keterbatasan modal karena setiap perusahaan akan berusaha melakukan pengembangan usaha atau ekspansi sehingga membutuhkan modal yang besar, sehingga selain menggunakan modal sendiri, perusahaan juga membutuhkan modal pinjaman (Yuliana, 2011). Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *net profit margin*. *Net Profit Margin* adalah perbandingan laba bersih dengan hasil penjualan perusahaan. Menurut Sherman (2015) perusahaan dengan profit yang besar adalah perusahaan yang diminati oleh investor.

Penelitian mengenai nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, Menurut Yunita (2018) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan bebrbeda dengan hasil peneltian yang dilakukan oleh Leang Andriani (2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Yanti & Darmayanti (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan, *Net profit margin*, dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrinita (2019) yang menunjukkan bahwa struktur modal dan pertumbuhan penjualan

tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Net Profit Margin* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Ferdina (2020) Pertumbuhan Penjualan, Struktur Modal, dan *Net Profit Margin* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian diatas yang masih tidak konsisten terhadap nilai perusahaan, sehingga peneliti bermaksud untuk meneliti kembali agar dibuktikan hasil yang lebih konsisten. Perusahaan industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor industri yang cukup menarik. Hal ini dikarenakan produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Sehingga peneliti mengambil judul skripsi: **“Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021”**.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena yang sering terjadi di Bursa Efek Indonesia sering mengalami kondisi naik turunnya harga saham pada sektor industri barang konsumsi. Sejak awal tahun 2019 kinerjanya hampir 20% lebih tepatnya 19,31% menurun berdasarkan data Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan data PT Bursa Efek Indonesia, kinerja sektor konsumsi turun 19,17 % sepanjang kuartal I Tahun 2020. Sektor yang menurun sangat signifikan pada semester I Tahun 2020 adalah sektor perdagangan, jasa, dan investasi yang terkoreksi 21,77 *year to date*. Kemudian berturut-turut sektor pertambangan (23,54 persen), sektor finansial (26,94 persen), dan sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi (29,20 persen).

Sektor hotel, pariwisata, dan restoran, transportasi, dan manufaktur, diyakini akan sulit untuk bangkit kembali ke posisi kinerja sebelum terpapar Covid-19.

Perusahaan mengalami penurunan akibat Covid-19 yang melanda ke Indonesia pada tahun 2020 mengakibatkan adanya keterbatasan suplai bahan baku, pembatasan sarana transportasi dan kapasitas produksi, pemeriksaan keluar masuk barang yang lebih lama dan sulit. Walaupun terjadinya penurunan perseroan akan berusaha sedapat mungkin mengantisipasi tantangan selama pandemi Covid-19 agar tidak menimbulkan kerugian yang signifikan bagi perseroan. Diantaranya adalah melakukan upaya promosi atas produk-produk unggulannya yang masih cukup potensial di pasaran, dengan strategi memperluas jaringan *distribution center* untuk menyiapkan *buffer stock*, supaya mempermudah penyebaran produk untuk wilayah-wilayah terdekat

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?
2. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?
3. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?

4. Apakah Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin*, Dan Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021
2. Untuk mengetahui pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021
3. Untuk mengetahui pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021
4. Untuk mengetahui Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin*, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dengan diketahuinya pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan maka diharapkan mampu memperbanyak wawasan tentang faktor-faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Seperti Saham, Pertumbuhan perusahaan dan Kebijakan dividen .

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan industri barang konsumsi khususnya bagi manajemen perusahaan dalam menganalisis laporan keuangan untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan dan digunakan sebagai tolok ukur untuk mengetahui kemajuan perusahaan.

3. Secara Kebijakan

Dengan diketahuinya pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain yang mempengaruhi bertambahnya nilai perusahaan. Seperti Faktor internal, kinerja keuangan, manajemen, kualitas produk dan karyawan. Faktor eksternal, seperti persaingan, kondisi ekonomi, teknologi dan lingkungan. Kebijakan hutang, yaitu pilihan perusahaan untuk menggunakan hutang atau modal sendiri dalam pendanaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signalling theory*

Signalling theory atau teori persinyalan menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi bagi pihak diluar perusahaan. Informasi yang dihasilkan perusahaan dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Manajer perusahaan umumnya melakukan *signalling theory* untuk memberikan sinyal positif atau ekspektasi optimis kepada publik yang mana sinyal ini diharapkan dapat menginterpretasikan bahwa manajer perusahaan akan menyampaikan prospek yang baik sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan investor. Jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak di luar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan baik pihak dalam maupun pihak luar (Nur, 2018). Keterkaitan *Signaling theory* dengan pertumbuhan penjualan adalah apabila perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan signal dengan baik mengenai penjualan perusahaan maka pertumbuhan penjualan akan mengalami ketidkadesuaian terhadap kedudukannya, dengan artian penjualan perusahaan

dapat berada diatas atau dibawah penjualan sebenarnya. Hubungan Signaling theory dengan *Net Profit Margin* yaitu teori signal memberikan sinyal positif kepada investor, artinya *Net Profit Margin* semakin tinggi maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tinggi. Hubungan struktur modal dengan signaling teori adalah struktur modal dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan menggunakan signaling theory. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan setiap modal baru yang diperlukan dengan cara-cara lain, termasuk penggunaan utang yang melebihi target struktur modal normal.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1. Nilai Perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang mengkombinasikan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang dan atau jasa untuk dijual. Salah satu tujuan suatu perusahaan ialah memperoleh keuntungan agar perusahaannya semakin berkembang. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar utang. Maka dari itu, jumlah ekuitas perusahaan ditambah dengan utang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan (Kusumajaya, 2016). Sedangkan (Febriana, 2019) berpendapat bahwa nilai perusahaan merupakan perusahaan yang sedang beroperasi dan memiliki harga jual. Menurut (Colline, 2018) nilai perusahaan adalah perusahaan yang memiliki nilai jual dan nilai jual tersebut akan diperoleh oleh pemilik perusahaan. Ada pendapat-pendapat mengenai pengertian nilai perusahaan yang dijelaskan diatas, dapat disimpulkan nilai perusahaan mempunyai pengertian sebagai suatu nilai yang dimiliki

perusahaan pada masa sekarang yang terlihat pada penghasilan perusahaan pada masa yang mendatang. Meningkatnya nilai perusahaan yang tinggi maka dapat menarik keinginan untuk para penanam saham untuk berinvestasi dan meningkatkan kemakmuran pemilik maupun pemegang saham perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sujoko dan Soebiantoro, 2016). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar atau investor terhadap kinerja perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan merupakan tujuan jangka panjang dari perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui satu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Sukirni, 2017).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada *closing price* atau harga penutupan, dan merupakan harga yang ada pada saat saham diperdagangkan di pasar. Nilai perusahaan bagi perusahaan yang belum *go public* dapat dilihat dari jumlah biaya yang akan dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal (Husnan, 2006). Nilai perusahaan *go public* dapat dilihat dari nilai pasar

sahamnya, sedangkan nilai perusahaan yang belum go public dapat dilihat nilai yang didapat apabila perusahaan tersebut dijual (Martono dan Harjito, 2006).

Tujuan memaksimalkan nilai perusahaan menurut (Sudana, 2011) ada empat yaitu:

1. Dalam prospek jangka panjang menaikkan nilai perusahaan di waktu saat ini dari segala profit yang akan diterima oleh penanam modal.
2. Memperkirakan resiko-resiko yang dapat terjadi.
3. Dalam memaksimalkan nilai perusahaan arus kas lebih diutamakan daripada laba.
4. Tidak mengabaikan tanggung jawab sosial. Salah satu kunci terpenting dalam meningkatkan nilai perusahaan yaitu memaksimalkannya.

Prinsip Penciptaan Nilai Perusahaan (Wiyono, 2017) berpendapat bahwa ada lima prinsip dalam penciptaan nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Modal Kerja Salah satu aktivitas yang penting bagi perusahaan yang sedang beroperasi adalah manajemen modal kerja karena berdampak besar bagi perusahaan. Kegiatan operasi perusahaan dapat terganggu apabila salah dalam mengelola modal kerja, oleh sebab itu kegiatan ini sangat krusial bagi perusahaan dalam mempertahankan kegiatan operasionalnya.
2. Manajemen Kas Manajemen kas terdiri dari beberapa kegiatan yaitu memperkirakan, merencanakan, mengumpulkan, mengeluarkan dan menginvestasikan kas suatu perusahaan agar dapat tetap beroperasi.
3. Manajemen Piutang Aktivitas ini adalah salah satu aktivitas yang krusial karena jika terjadi transaksi penjualan kredit diperlukan manajemen piutang yang baik agar piutang dapat terbayarkan.

4. Manajemen Persediaan Tujuan manajemen persediaan ini supaya perusahaan tetap terjaga kelangsungan kegiatan operasinya karena salah satu hal yang terpenting adalah persediaan. Manajemen persediaan berperan penting dalam menjaga ketersediaan persediaan dalam kuantitas agar tidak terhambatnya kegiatan operasi perusahaan.
5. Investasi Pada Aset Tetap Kegiatan ini lebih mengacu kepada perhitungan modal. perhitungan modal adalah kegiatan dalam mengevaluasi beberapa proyek yang akan dimasukkan kedalam perhitungan modal.

Pengukuran Nilai Perusahaan *Price Book Value* dapat menjadi salah satu alat ukur dalam mengukur nilai perusahaan, (Febriana, 2019) berpendapat bahwa *Price Book Value* merupakan harga pasar per lembar dibandingkan dengan nilai buku per lembar.

A. Indikator Nilai Perusahaan

Menurut Weston & Copeland (2010) dalam bukunya Silvia Indrarini (2019:15-16) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari :

1. *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Arif Sugiono (2016:71) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Buddy Setianto

(2016) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan.

$$\text{Price to Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Saham Saat ini}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Dalam penelitian ini nilai perusahaan akan diukur dengan PBV, karena dapat menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

2.2.2 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Machfoedz, 1996). Pertumbuhan (*growth*) adalah perubahan total aktiva atau total aset baik peningkatan ataupun penurunan yang dialami oleh suatu perusahaan. Agar pertumbuhan cepat tidak memiliki arti pertumbuhan biaya yang kurang terkendali, maka dalam mengelola pertumbuhan perusahaan harus memiliki pengendalian operasi dengan penekanan pada pengendalian biaya (Susanto, 1997). Pertumbuhan (*growth*) adalah pertumbuhan total aset dimana total aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang akan terjadi di masa mendatang (Taswan, 2003). Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aktiva perusahaan yang akan memengaruhi profitabilitas perusahaan yang menyakini bahwa persentase perubahan total aktiva merupakan indikator yang lebih baik dalam mengukur *growth* perusahaan (Putrakrisnanda, 2009).

Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan atau penurunan penjualan tahunan diukur sebagai persentase dari penjualan (Suripto 2019). Pertumbuhan penjualan ini juga merupakan indikator terjadinya pertumbuhan perusahaan yang

merupakan tolak ukur keberhasilan perusahaan. Keberhasilan menjadi tolak ukur investasi untuk pertumbuhan pada masa yang akan datang. Menurut (Fahmi, 2014) pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Perusahaan yang baik dapat juga ditinjau dari aspek penjualannya dari tahun ketahun yang terus mengalami peningkatan. Hal ini akan berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendaan internal perusahaan juga meningkat.

Rasio pertumbuhan penjualannya itu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini dilihat dari berbagai segi *sales* (penjualan), *Earning after tax* (EAT), lab per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham. pertumbuhan penjualan adalah kenaikan atau penurunan penjualan tahunan diukur sebagai persentase dari penjualan dahulu, (2014).

Perusahaan manufaktur atau dalam bidang lainnya ingin melakukan penjualan yang meningkat dari tahun ke tahun agar laba yang dihasilkan dapat dibutuhkan dalam kegiatan operasional maupun juga kegiatan keuangan seperti perluasan saham serta perkembangan perusahaan yang lebih bagus dari kuantitas maupun kualitas sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan tentu memonitor pertumbuhan penjualan perusahaan apakah ada peningkatan penjualan bagi perusahaan tersebut dari tahun sebelumnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:326), terdapat lima tahap siklus hidup yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan, antara lain :

1. Pengembangan produk, Pada tahap ini dimulai ketika perusahaan menemukan dan mengembangkan suatu ide produk baru. Selama pengembangan produk, penjualan masih nol dan biaya investasi perusahaan menumpuk.
2. Pengenalan, Pada tahap ini, periode dimana pertumbuhan penjualan lambat pada saat produk diperkenalkan di pasar. Keuntungan tidak terjadi pada tahap ini karena pengeluaran yang besar untuk memperkenalkan produk.
3. Pertumbuhan, Pada tahap ini dijelaskan bahwa pertumbuhan merupakan periode penerimaan dengan cepat oleh pasar dan peningkatan keuntungan.
4. Kedewasaan Tahap ini menjelaskan tahap kedewasaan adalah periode melambatnya pertumbuhan penjualan dikarenakan produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial. Tingkat keuntungan tidak berada di puncak atau menurun karena meningkatnya pengeluaran pemasaran untuk mempertahankan produk dalam persaingan.
5. Penurunan, Pada tahap ini menjelaskan bahwa periode ketika penjualan mulai menurun dan keuntungan jatuh.

Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus :

A. Indikator Pertumbuhan Penjualan

Menurut Horne (2013:122) tingkat pertumbuhan penjualan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$GSS = \frac{\text{Tingkat Pertumbuhan Penjualan} - \text{Total Penjualan Periode Berjalan}}{\text{Total Penjualan Periode Tahun Lalu}} \times 100$$

Keterangan :

Tingkat pertumbuhan penjualan = *Growth Sales Rate*

Total penjualan periode berjalan = *Total Current Sales*

Total penjualan periode yang Tahun lalu = *Total Sales For Last Period*

2.2.3. Net Profit Margin

Net Profit Margin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat volume usaha tertentu. *Net Profit Margin* dapat diinterpretasikan sebagai tingkat efisiensi perusahaan, yaitu sejauh mana kemampuan menekan biaya-biaya yang ada di perusahaan. Semakin tinggi *Net Profit Margin* maka suatu perusahaan semakin efektif dalam menjalankan operasinya (Kasmir, 2016). Salah satu rasio yang dipakai dalam mengukur margin laba terhadap penjualan adalah *Net Profit Margin* (NPM) (Kasmir, 2012). *Net Profit Margin* (NPM) menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba bersih berdasarkan setiap penjualan yang dilakukan Murhadi, (2015). Dengan demikian *Net Profit Margin* adalah harapan untuk menghasilkan penghasilan dari bisnis secara berkelanjutan Dengan demikian *Net Profit Margin* merupakan harapan untuk mendapatkan laba perusahaan secara berkelanjutan yang membutuhkan tingkat ketelitian dan kecermatan dalam menghitung rasionya serta mempertimbangkan hal-hal yang mempengaruhinya sebab rasio ini menggambarkan seberapa besar tingkat persentase laba bersih yang dihasilkan

dari penjualannya. Tingginya nilai dari rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam hal menghasilkan laba yang tinggi juga. Semakin tinggi *Net Profit Margin* berarti kelancaran operasional dalam suatu perusahaan berjalan dengan efektif. Faktor yang sangat berpengaruh terhadap *Net Profit Margin* dalam perusahaan manufaktur adalah penjualan dan beban. Munawir, (2010). Untuk menghasilkan laba bersih yang tinggi maka beberapa beban keuangan ini harus diminimalkan atau diusahakan berkurang. Pada laba kotor meminimalkan beban umum dan administrasi, beban penjualan dan beban pemasaran, beban/biaya lain-lain. Pada laba usaha berusaha mengurangi beban keuangan misalnya mengurangi utang modal dari utang bank dan pajak berdasarkan analisa melalui jasa akuntan. Jika mengurangi beban bunga maka sumber modal dari perbankan juga harus dikurangi.

Net Profit Margin ini menggambarkan efisiensi kinerja suatu perusahaan. Dari *Net Profit Margin* dapat diketahui seberapa besar keuntungan yang didapatkan dari setiap penjualan yang dilakukan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* ini sangat mempengaruhi nilai perusahaan dimana dengan tingginya rasio dari *Net Profit Margin* itu berarti bahwa laba bersih yang diperoleh perusahaan tersebut tinggi juga sehingga akan banyak menarik minat dari para penanam saham untuk berinvestasi .

Tujuan *Net Profit Margin* penggunaan bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan Kasmir, (2008) yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.

2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Manfaat dari *Net Profit Margin*:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari tahun ketahun.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

A. Indikator *Net Profit Margin*

Salah satu rasio yang dipakai dalam mengukur margin laba terhadap penjualan adalah *Net Profit Margin* (NPM) (Kasmir, 2012). *Net Profit Margin* (NPM) menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba bersih berdasarkan setiap penjualan yang dilakukan Murhadi, (2015). Dengan demikian *Net Profit Margin* adalah harapan untuk menghasilkan penghasilan dari bisnis secara berkelanjutan. *Net Profit Margin* merupakan harapan untuk mendapatkan laba perusahaan secara berkelanjutan yang membutuhkan tingkat ketelitian dan kecermatan dalam menghitung rasionya serta mempertimbangkan

hal-hal yang mempengaruhinya sebab rasio ini menggambarkan seberapa besar tingkat persentase laba bersih yang dihasilkan dari penjualannya. Tingginya rasio *net profit margin* ini akan menyebabkan suatu perusahaan dianggap memiliki kinerja yang baik, selain itu meningkatnya *net profit margin* juga akan meningkatkan daya tarik investor untuk menginvestasikan modalnya karena semakin tinggi *net profit margin* menandakan laba perusahaan tersebut semakin besar

Net Profit Margin dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100$$

Laba Bersih : *Net Income*

Penjualan : *Sales*

2.2.4. Struktur Modal

Struktur modal adalah kumpulan dana yang dapat digunakan dan dialokasikan oleh perusahaan. Dana tersebut diperoleh dari utang jangka panjang dan modal sendiri (Gitman, 2006). Struktur modal merupakan campuran atau kumpulan dari utang, saham preferen dan modal sendiri yang digunakan untuk menggalang modal (Brigham dan Houston, 2003). Struktur modal adalah pemenuhan kebutuhan dana jangka panjang melalui utang dan ekuitas (Weston dan Copeland, 1997). Struktur modal adalah pembelanjaan permanen yang digambarkan melalui perimbangan antara modal sendiri dengan utang jangka panjang (Riyanto, 2001). Struktur modal adalah proporsi dari pendanaan atau permodalan permanen jangka panjang perusahaan yang diwakili utang, saham preferen dan ekuitas saham biasa (Horne dan John, 2010). Sedangkan menurut

Halim (2007) yang dimaksud dengan struktur modal adalah perimbangan jumlah utang jangka pendek yang bersifat tetap, utang jangka panjang, saham preferen, dan saham biasa. Struktur modal merupakan bauran atau proporsi pendanaan permanen jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh utang, ekuitas saham preferen dan saham biasa (Van Horne dan Wachowicz, 2007). Struktur keuangan menggambarkan susunan keseluruhan sebelah kredit neraca yang terdiri atas utang jangka pendek, utang jangka panjang, modal saham dan laba yang ditanam kembali. Sedangkan struktur modal adalah perbandingan antara modal sendiri dan pinjaman jangka panjang, jadi struktur modal merupakan bagian dari struktur keuangan (Kartadinata, 1999).

Banyak faktor yang memengaruhi kebijakan dalam penentuan struktur modal pada perusahaan. Pendapat para ahli berbeda-beda dalam mengungkapkan beragam faktor tersebut, namun inti dari pendapat mereka hampir sama. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan sehubungan dengan struktur modal adalah stabilitas penjualan, struktur aktiva, leverage operasi, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, pajak, sikap manajemen, dan kondisi pasar. Struktur modal yang optimal adalah kombinasi utang dan ekuitas yang dapat memaksimalkan harga dari saham perusahaan (Brigham dan Houston, 2006). Sedangkan menurut Riyanto (2001), struktur modal suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu : tingkat bunga, *stabilitas earning*, struktur aktiva, kadar risiko dari aktiva, besarnya jumlah modal yang dibutuhkan, keadaan pasar modal, sifat manajemen, besarnya suatu perusahaan.

(Indrajaya, 2016), struktur modal adalah perbandingan atauimbangan pendanaan jangka panjang terhadap modal sendiri. Struktur modal menurut Putri, (2017) adalah pembelanjaan permanen dimana mencerminkan perimbangan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Struktur modal adalah kombinasi utang, dan modal sendiri yang akan menjadi dasar penghimpunan modal oleh perusahaan. Unsur-unsur Struktur Modal Menurut Maidah dan Fuadati, (2016), modal yang dimiliki oleh perusahaan dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan yang tertanam di dalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya dan dana yang dibentuk sendiri di dalam perusahaan. Modal sendiri berasal dari sumber internal maupun sumber eksternal. Sumber internal ini diperoleh dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan, sedangkan sumber eksternal merupakan modal yang berasal dari pemilik perusahaan.
2. Modal asing adalah modal yang berasal dari utang jangka panjang lain yang serupa. Modal asing/utang jangka panjang (*Long Term Debt*). Modal asing/utang jangka panjang adalah utang yang pada umumnya digunakan untuk membelanjai perluasan perusahaan (*ekspansi*), karena kebutuhan modal untuk keperluan tersebut meliputi jumlah yang besar. Utang jangka menengah, pendanaan jangka menengah yang utama adalah *term loans* (hutang jangka menengah) dan leasing (sewa guna).

Term loans (hutang jangka menengah) umumnya juga bersifat *Self Liquidating* artinya hutang tersebut lunas pada saat aktiva yang dibiayai dengan hutang tersebut tidak lagi diperlukan.

Meskipun demikian jenis hutang ini juga dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan dana yang lebih bersifat permanen atau sebagai pendanaan sementara sambil menunggu pendanaan jangka panjang (Husnan, 2008:521). Struktur modal (LTDR) merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan (Kasmir, 2015).

A. Indikator Struktur Modal

Menurut Bambang Sugeng (2017 : 267-268) ada dua jenis indikator rasio struktur modal yang biasa digunakan, yaitu *Debt to Asset Ratio* yang merupakan perbandingan antara total utang dengan aset dan *Debt to Equity Ratio* yang merupakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas. Rasio struktur modal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut : 1. Rasio Total Utang terhadap Total Aktiva (*Total Debt to Total Assets Ratio/DAR*). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan untuk investasi pada aktiva guna menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

$$\text{Debt to Asset Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100$$

Utang : DER

Total Utang : Total *Debt*

Total Ekuitas : Total *Equity*

2.3 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan tabel yang menampilkan penelitian terdahulu yang terkait dengan Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

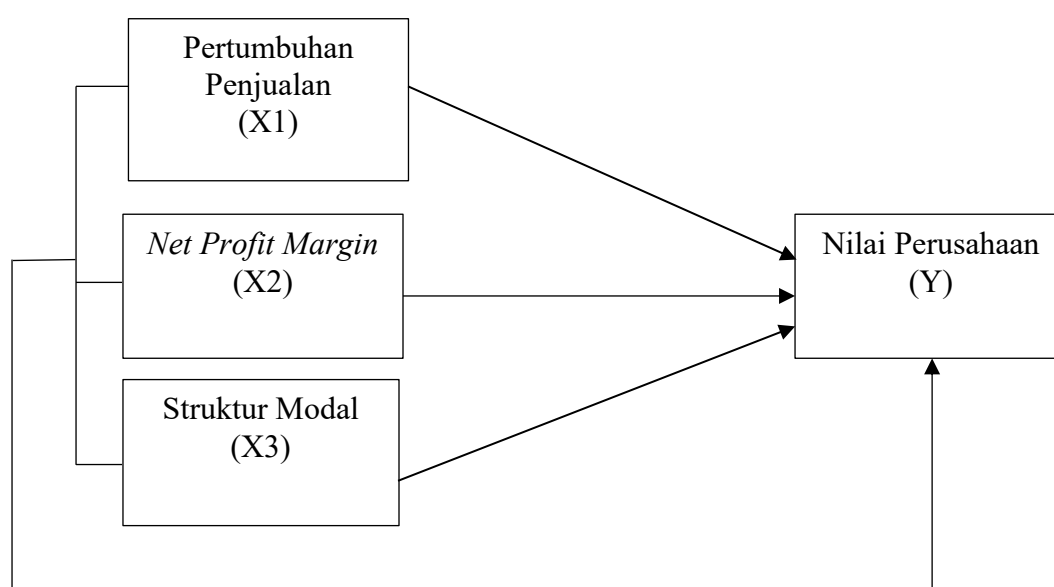
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Ambarwati (2019)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap nilai perusahaan. Struktur Modal berpengaruh negatif dan tidak signifikan Terhadap nilai perusahaan
2	Damayanti (2019)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Net Profit Margin dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	pertumbuhan penjualan, net profit margin, dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Susetyowati & Handayani (2020)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Terhadap Nilai Perusahaan.	pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4	Fitriani (2021)	Pengaruh <i>Net Profit Margin</i> dan <i>Debt to Equity Ratio</i> terhadap Nilai Perusahaan	<i>Net Profit Margin</i> , <i>Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan.
5	Dadang S & Nurul A (2021)	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, <i>Net Profit Margin</i> Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Pertumbuhan penjualan, <i>Net Profit Margin</i> tidak berpengaruh Terhadap nilai perusahaan sedangkan struktur modal yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6	Nugraha (2021)	Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Dalam rangka memudahkan memahami kerangka konseptual.

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teori dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) yang di maksud dengan hipotesis adalah sebagai berikut: Hhipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dari penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan-pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan responden baru didasarkan pada teori, dan belum didasarkan pada kenyataan yang diperoleh dari pengumpulan data penelitian. Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan diatas, maka hipotesisnya sebagai berikut:

2.5.1 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

Menurut Mawar Sharon (2015), pertumbuhan penjualan dikatakan mempengaruhi nilai perusahaan untuk meningkatkan suatu perusahaan. Adapun menurut Hery (2017), bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki prospek perusahaan yang bagus dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Senada dengan Mochamad Chabachib (2016), menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan, dimana perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi dipandang memiliki kesiapan untuk bersaing dan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar yang secara langsung menaikkan nilai perusahaan. Dari beberapa penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adanya pertumbuhan penjualan

yang direspon positif oleh investor akan meningkatkan harga saham. Pertumbuhan Penjualan, berpengaruh positif dan tidak signifikan Terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan begitu hasil penelitian ini bertolak belakang terhadap penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Damayanti (2019) pertumbuhan penjualan, net profit margin, dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₁: Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

2.5.2 Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

Menurut Ross (2009) *Net Profit Margin* adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik akan semakin membaik dengan pendapatan laba dari penanaman modal para investor. Selain itu, rasio NPM dapat mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dengan meminimalkan beban perusahaan dan memaksimalkan laba perusahaan. Dari beberapa penelitian empiris yang pernah dilakukan mengenai hubungan antara *Net Profit Margin* dengan nilai perusahaan menunjukkan adanya *research gap*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan

oleh Munawaroh (2014) menyebutkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Irayanti (2014) yang menyebutkan bahwa *Net Profit Margin* memiliki pengaruh serta memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, hasil berbeda diperoleh Widiastuti (2016) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana hal tersebut bertentangan dengan penelitian-penelitian lainnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti *Net Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan mengikuti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriani (2021) *Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂: *Net Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

2.5.3 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

Struktur modal menunjukkan tingkat risiko suatu perusahaan dimana semakin tinggi Struktur modal maka semakin tinggi pula risiko yang akan terjadi pada perusahaan karena pendanaan perusahaan lebih banyak berunsur dari hutang dari pada modal sendiri, hal ini membuat perusahaan harus menanggung biaya modal yang besar dan risiko yang ditanggung perusahaan juga besar apabila investasi yang dijalankan perusahaan tidak menghasilkan tingkat pengembalian yang optimal. Semakin besar struktur modal menunjukkan risiko perusahaan yang tinggi sehingga para investor menghindari saham-saham yang memiliki tingkat struktur modal yang tinggi dan mengurangi minat para investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Hasil penelitian (Safrida, 2015) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan mengikuti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugraha (2021) Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H₃: Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

2.5.4 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin*, Dan Struktur Modal berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Leang Andriani (2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Febrinita (2019) yang menunjukkan bahwa struktur modal dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Net Profit Margin* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Yanti & Darmayanti (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan, *net profit margin*, dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti Pertumbuhan Penjualan, *net profit margin* dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan begitu hasil penelitian ini sedikit berbeda terhadap penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dadang S & Nurul A (2021) Pertumbuhan penjualan, *Net Profit Margin* tidak berpengaruh Terhadap nilai perusahaan sedangkan struktur modal yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₄: Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin*, Dan Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal (sebab-akibat) antara variabel bebas (mengapa variabel terikat terjadi) dan variabel terikat (menjadi akibat karena adanya variabel bebas). Menurut Kurniawan (2015), “tujuan penelitian asosiatif kausal adalah untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, atau bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya”. Dengan menggunakan penelitian ini, akan dapat mengembangkan teori untuk menjelaskan, memprediksi suatu gejala.

3.2 Objek Penelitian dan Waktu Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia dengan pengambilan data melalui situs resmi www.idx.co.id 2019-2021.

3.2.2 Waktu Penelitian

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

NO	Jenis Kegiatan	Waktu Penelitian 2022-2023							
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
1	Pengumpulan Berkas								
2	Pembuatan Proposal								
3	Seminar Proposal								
4	Revisi Proposal								
5	Pembahasan Hasil								
6	Seminar Hasil								
7	Revisi Seminar Hasil								
8	Sidang Meja Hijau								

Sumber : diolah oleh peneliti (2022)

3.3 Definisi Operasional dan Instrumen Penelitian

3.3.1 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator. Variabel independen dan dependen menggunakan skala rasio karena karakteristik skala rasio sudah termasuk skala nominal, ordinal dan interval ditambah dengan sifat adanya. Definisi operasional penelitian dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Variabel Independen a). Pertumbuhan Penjualan	Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan atau penurunan penjualan tahunan diukur sebagai persentase dari penjualan	$PP = \frac{Sales_t - Sales_{t-1}}{Sales_{t-1}}$ (Suripto 2019).	Rasio
	b). <i>Net Profit Margin</i>	<i>Net Profit Margin</i> menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat volume usaha tertentu. <i>Net Profit Margin</i> dapat diinterpretasikan sebagai tingkat efisiensi perusahaan, yaitu sejauh mana kemampuan menekan biaya-biaya yang ada di perusahaan. Semakin tinggi <i>Net Profit Margin</i> maka suatu perusahaan semakin efektif dalam menjalankan operasinya	$NPM = \frac{Net\ Income}{Sales} \times 100\%$ (Kasmir, 2008).	Rasio
	c). Struktur Modal	Struktur modal adalah proporsi dari pendanaan atau permodalan permanen jangka panjang perusahaan yang diwakili utang, saham preferen dan ekuitas saham biasa	$DER = \frac{Total\ Debt}{Total\ Equity} \times 100\%$ (Horne dan John, 2010).	Rasio
2.	Variabel Dependen Nilai	Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah	$PBV = \frac{Harga\ Per\ Lembar\ Saham}{Nilai\ Buku\ Per\ Lembar\ Saham}$	Rasio

	Perusahaan	melalui satu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.	(Sukirni, 2012).	
--	------------	---	------------------	--

3.3.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah peralatan yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan, mengelola, dan menginterpretasikan informasi dari para responden. Alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengelola data dari Perusahaan ialah Spss versi 26 dan Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dalam bentuk laporan keuangan yang rutin diterbitkan setiap tahunnya oleh perusahaan yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah yaitu 54 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Pertimbangan untuk memilih sebagai populasi dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan perusahaan *reliable* dalam penyajian akun-akun laporan keuangan.

Tabel 3.3

Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ALTO	Tri Banyan Tbk
2	CEKA	Wilmar Cahaya Tbk
3	DLTA	Delta Djakarta Tbk
4	ICBP	Idofood CBP Sukses Makmur Tbk
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
6	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
7	MYOR	Mayora Indah Tbk
8	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
9	SKBM	Sekar Bumi Tbk
10	STTP	Siantar Top Tbk
11	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk
12	GGRM	Gudang Garam Tbk
13	CMRY	Cisarus Mountain Dairy Tbk
14	SIDO	Industr jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
15	MLBI	Multi bintang indonesia Tbk
16	GOOD	Garuda food ptuta putrijaya Tbk
17	PANI	Pratama abadi nusa industri Tbk
18	ULTJ	Ultra jaya milk industri Tbk
19	ADES	Aksha wira international Tbk

20	SOHO	Soho global health Tbk
21	TSPC	Tempo scan pacific Tbk
22	CLEO	Sariguna primatirta Tbk
23	KAEF	Kimia farma Tbk
24	VICI	Victoria care Indonesia Tbk
25	WOOD	Integra indocabinet
26	PSGO	Palma Serasih Tbk
27	DVLA	Darya Varia Laboratoria
28	Merk	Merck Tbk
29	INAF	Indofarma Tbk
30	IBOS	Indo Baga Sukses Tbk
31	KINO	Kino indonesia Tbk
32	KEJU	Mulia boga raya Tbk
33	CAMP	Campina ice cream industriTbk
34	WIIM	Wismilak inti makmur Tbk
35	TRGU	Cerestar indoesia Tbk
36	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk
37	WINE	Hatten bali Tbk
38	BEER	Jobubu jarum minahasa Tbk
39	SKLT	Sekar Laut Tbk
40	TCID	Mandon indonesia
41	BUDI	Budi starrch & Sweetener Tbk
42	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk

43	EURO	Estee gold feet Tbk
44	PMMP	Panca mitra multiperdana Tbk
45	WMUU	Widodo makmuk unggas Tbk
46	SKBM	Sekar bumi Tbk
47	PEHA	Phapros Tbk
48	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk
49	PYFA	Pyridam Farma Tbk
50	CRAB	Toba Surimi industri Tbk
51	NAYZ	Hassana boga sejahtera Tbk
52	GULA	Aman Agrindo Tbk
53	PEVE	Penta Valent Tbk
54	MRAT	Mustika Ratu Tbk

3.4.2 Sampel

Jadi, sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 36 (12 perusahaan x 3 tahun) perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yaitu dengan metode pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel didasarkan atas tujuan tertentu (Kusumawati, 2017). *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus serta karakteristik sampel yang sesuai dengan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan agar dapat menjawab permasalahan dari penelitian ini. Kriteria tersebut adalah :

Tabel 3.4
Kriteria Perusahaan Industri Barang Konsumsi

Keterangan	Jumlah Sampel
Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021	54
Perusahaan Yang Tidak Menyajikan Data-data Secara Lengkap Di Laporan Keuangan Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021	(42)
Jumlah Sampel Yang Terpilih	12
Total Sampel Dalam Periode Penelitian (3 Tahun x 12 Perusahaan)	36 Sampel

Menurut kriteria-kriteria yang sudah ditentukan, sehingga jumlah observasi yaitu 12 perusahaan Berikut ini adalah daftar perusahaan-perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021 yaitu :

Tabel 3.5
Daftar Nama Perusahaan Industri Barang Konsumsi

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ALTO	Tri Banyan Tbk
2	CEKA	Wilmar Cahaya Tbk
3	DLTA	Delta Djakarta Tbk
4	ICBP	Idofood CBP Sukses Makmur Tbk
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
6	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
7	MYOR	Mayora Indah Tbk
8	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
9	SKBM	Sekar Bumi Tbk
10	STTP	Siantar Top Tbk
11	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk
12	GGRM	Gudang Garam Tbk

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang berupa laporan keuangan perusahaan Tahun 2019-2021. Data kuantitatif adalah data dari hasil penelitian yang bersifat terstruktur atau berpola sehingga ragam data yang diperoleh dari sumber riset lebih mudah dibaca oleh peneliti.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi untuk mendukung landasan teori dan mengumpulkan data yang dibutuhkan. Pendekatan dokumentasi adalah cara mengumpulkan data dengan mengumpulkan informasi sekunder dari pencarian media online dan buku-buku lain yang berhubungan dengan penelitian. Laporan keuangan yang telah diaudit dan laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia termasuk di antara data yang dikumpulkan melalui media elektronik.

3.6 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang pasti dalam mengolah data sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Adapun, teknik analisis data yang dapat digunakan yaitu:

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan deskripsi data yang dapat dilihat dari Nilai rata-rata *mean*, *minimum*, *maximum*, dan standar deviasi, dari masing-masing variabel. *Mean* berfungsi untuk mengetahui data terkecil, *maximum* berfungsi untuk mengetahui data terbesar, standar deviasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar data yang digunakan bervariasi dari rata-rata.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penggunaan analisis regresi, ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar hasil yang diperoleh efisien. Asumsi ini disebut sebagai Uji Asumsi Klasik (Lubis & Usman, 2015). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji statistik *Kolmogorof-Smirnov Z* adalah alat evaluasi yang digunakan dalam penelitian ini (1-Sampel K-S). Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sedangkan angka signifikan yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Pengujian nilai toleransi dan faktor inflasi varians akan mengungkapkan multikolinearitas (VIF). Nilai toleransi yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah 10. (Saurma, 2019). Tidak ada multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari atau sama dengan sepuluh. Sebaliknya, multikolinearitas muncul jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan sepuluh.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varians residual untuk pengamatan dalam model regresi tidak sama. Scatterplot digunakan dalam uji heteroskedastisitas penelitian ini. Heteroskedastisitas seharusnya

tidak muncul dalam regresi yang baik. Jika data tersebar dan tidak mengikuti pola tertentu, maka model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi linier terdapat korelasi kesalahan pengganggu periode t (kini) dengan periode kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian yang digunakan dalam uji autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW test), (Saurman,2019) dengan keterangan sebagai berikut:

1. $DU < DW < DL$ atau $DW > 4-DL$, artinya terjadi auto korelasi.
2. $DL < DW < DU$ atau $4- DU < DW < 4-DL$, artinya tidak pasti apakah terjadi autokorelasi atau tidak.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis yang dipakai adalah regresi linier berganda (*multiple regression*). Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

Model persamaan linier yang dihasilkan dari penelitian ini adalah:

$$PBV = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

PBV : Nilai Perusahaan

α : konstanta,berpotongan garis pada sumbu X

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi Variabel X

X_1 : Pertumbuhan Penjualan

X_2 : *Net Profit Margin*

X_3 : Struktur Modal

e : eror

3.6.4 Uji Hipotesis

1. Pengujian Secara Parsial (uji t)

Uji signifikansi parsial bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Saurma, 2019). Dengan tingkat signifikan (5%) maka kriteria pengujian uji statistik t dalam penelitian ini adalah sbagai berikut:

1. Jika nilai signifikan t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu 5% (0,05) maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan t dari masing-masing variabel yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 5% (0,05) maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Pengujian Secara Simultan (Uji f)

Menurut Ghozali (2016) bahwa uji f disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

1. $f_{hitung} < f_{tabel} = H_0$ Diterima
2. $f_{hitung} > f_{tabel} = H_a$ Diterima dan H_0 Ditolak
3. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 Ditolak dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%.

3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel independen (Saputri, 2012). Koefisien Determinasi

(R^2), memiliki nilai antara 0 dan 1. Kapasitas variabel independen yang sangat terbatas untuk menjelaskan varians variabel dependen ditunjukkan oleh nilai yang sangat kecil (R^2). Jika nilainya mendekati 1, maka variabel independen hampir seluruhnya memenuhi persyaratan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung persentase pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel independen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan dan pembahasan data penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021
2. *Net profit margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
3. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.
4. Pertumbuhan penjualan, *net profit margin* dan struktur modal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat saran yang diberikan berkaitan dengan hasil pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan tentang Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan bagi peneliti lain.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi para investor dan perusahaan untuk meningkatkan Nilai Perusahaan dari faktor lainnya. Contohnya Saham, Profitabilitas, ROE dan lain-lain.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan tentang Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dan menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi perkembangan peneliti lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Azis, Sarfia. 2016. *Pengaruh Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010- 2014*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alaudin Makasar.
- Aditya, A. 2017. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2015*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Ambarwati, Sri, Tri Astuti, and Salsabila Azzahra. 2021. "Determinan Nilai Perusahaan Sebelum Dan Pada Masa Pandemic Covid-19." *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal* 3(2):79– 89.
- Andriani, L., (2018). *Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Sub. Sektor Property & Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(7), 139-151.
- Agoes, Soekrisno. 2011. *Etika Bisnis dan Profesi. Edisi Revisi. Penerbit Salemba Empat. Arafat, W. dan E. Waluyo. 2008. Fillbert-Deo Governance Indexing & Rating System: Model Intergratif Pengukuran Indeks dan Peringkat Tata kelola Perusahaan. Arsip CGCG*.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Terjemahan Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bambang, Sugeng. 2017. *Manajemen Keuangan Fundamental*. Yogyakarta: Deepublish
- Dadang S & Nurul A 2021. *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Net Profit Margin Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)*. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 4, No. 5, (410-417).
- Efi Kumala, N. D. (2021). *Pengaruh Pandemi Virus Covid-19 Terhadap Laporan Keuangan Triwulan Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *Ilmiah Riset Akuntansi* .

- Febriana, F. (2019). *Pengaruh Dividen Payout Ratio, Return on Asset dan Debt to Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Industry yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2016*. Jurnal Ekonomi, 2(1), 44-60.
- Fitriani, Siti Zaenab. 2021. “Pengaruh Net Profit Margin (NPM) dan Return On Assets (ROA) terhadap Harga Saham di Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Indeks (Studi di PT Semen Indonesia Tbk)”. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam. Vol. 01 No. 01.
- Fitri Prasetyorini, Bhekti. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Gitman, I. (2012). *Principles of managerial finance 13th edition*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011. Ghozali,
- Husna, A., & Satria, I. 2019. *Effects of Return on Asset, Debt To Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value*. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50–54.
- Ilhami, H. T. (2020). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia*. Islamic Banking and Finance.
- Indriyani, E. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. Akuntabilitas, 10(2), 333–348.
- Irawan, D., & Nurhadi, K. 2016. *Pengaruh struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan*. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara, 4(2), 358–372.
- Imam. 2012. *Aplikasi Multivarite dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hery. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. CAPS. Yogyakarta
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. Jakarta
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Gramedia
- Kusumajaya, D.K.O. 2011. *Pengaruh Struktur modal dan pertumbuhan perusahaan pada Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Tesis, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Lingga. 2015. *Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan*. Manajemen Keuangan, 1(2):6774

- Lesi Hartati, O. S. (2020). *Dampak Revolusi Industri 4.0 Era Covid-19 Pada Sistem Akuntansi Terhadap Struktur Modal Perusahaan PT. Freeport Indonesia*. Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan.
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. 2019. *Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 8(1), 41–56.
- Mahardhika, B.P., dan Aisjah, S. 2014. *Pengujian Pecking Order Theory dan Trade Off Theory pada Struktur Modal Perusahaan (Studi pada Perusahaan Consumer Goods di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.
- Mahatma & Wirajaya, M. 2014. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan*. Akuntansi Universitas Udayana, 4(2).
- Makkulau, A. R., Amin, F., & Hakim, A. 2018. *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010 - 2015*. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 1(79), 67– 74.
- Mukaromah, E. (2020). *Pengaruh Struktur Aktiva , Size Dan Sales Growth Terhadap Struktur Modal*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi.
- Munawir, S. 2002. *Analisis Informasi Keuangan*. Edisi Pertama. Liberty. Yogyakarta.
- Nugraha, N. M., & Riyadhi, M. R. (2019). *The Effect of Cash Flows, Company Size, and Profit on Stock Prices in SOE Companies Listed on Bei For the 2013-2017 Period*. *International Journal of Innovation Creativity and Change*, 6(7), 130–141. <https://www.ijicc.net/index.php/volume-6-2019/60-vol-6-iss-7>
- Nugraha, N. M., Fitria, B. T., Puspitasari, D., & Damayanti, E. (2020). *Does Earning Per Share (EPS) Affected By Debt To Asset Ratio (DAR) And Debt To Equity Ratio (DER)?*. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(10), 1199–1209.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. 2019. *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017)*. Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, 7(1), 67–82.
- Safitri, ND. 2011. *Pengaruh EVA Dan ROE terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan LQ 45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2009)*. Respository Unila.ac.id.

- Saidi. 2004. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Go Public di BEI 1997- 2002*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi vol. 11 no.1.
- Seftiani dan Ratih Handayani. 2011. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi. Vol. 13, No. 1: 39-56.
- Setiawati, L. W. 2018. *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015*. Jurnal Akuntansi, 12(1), 29–57.
- Shinta, S. &. (2020). *Pengaruh Cash Flow, Aktivitas, Dan Struktur Modal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Kondisi Kedaruratan Covid-19 (Studi Kasus pada Perusahaan Perhotelan, Restoran, dan Pariwisata di BEI Periode 2020)* . Jurnal Akuntansi.
- Sudana, I. M. (2019). *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. Surabaya: Airlangga.
- Sudana, I. M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Erlangga. Jakarta.
- Sudirman. (2018). *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Gorontalo: SultanAmai Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suripto. (2019). *Pengaruh Tarif Pajak, Earning Per Share, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Harga Saham (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)*, Jurnal Renaissance, 4(1), 479-494
- Weston, J. Fred, dan Eugene F Brigham. 1993. *Manajemen Keuangan : Jilid 1*. Jakarta : Salemba Empat.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Tabulasi Data Penelitian Perusahaan

NO	Kode	Tahun	PBV (Y)	Pertumbuhan Penjualan (X1)	Net Profit margin (X2)	DER (X3)
1	ICBP	2019	4,875	0,101	7,891	0,451
		2020	2,219	0,103	6,287	1,059
		2021	0,859	0,152	7,190	0,537
2	INDF	2019	1,284	0,044	12,976	0,775
		2020	0,760	0,067	9,339	1,061
		2021	0,641	0,216	8,867	1,070
3	MLBI	2019	29,661	0,017	3,077	1,528
		2020	13,989	-0,465	6,950	1,028
		2021	15,686	0,246	3,715	1,658
4	MYOR	2019	4,624	0,040	7,889	0,921
		2020	5,376	-0,022	8,646	0,755
		2021	4,015	0,140	15,745	0,753
5	ROTI	2019	2,601	0,206	14,109	0,514
		2020	2,607	-0,037	19,050	0,379
		2021	2,953	0,024	11,686	0,471
6	STTP	2019	2,744	0,243	7,278	0,342
		2020	3,700	0,095	6,119	0,290
		2021	2,996	0,103	6,869	0,187
7	ULTJ	2019	0,035	0,137	6,008	0,169
		2020	0,040	-0,041	5,378	0,831
		2021	0,036	0,109	51,815	0,442
8	ALTO	2019	2,291	0,169	46,588	1,898
		2020	1,646	-0,065	30,599	1,966
		2021	1,687	0,141	41,084	1,994
9	CEKA	2019	0,878	-0,140	14,485	0,231
		2020	0,842	0,164	19,989	0,243
		2021	0,806	0,475	28,650	0,223
10	DLTA	2019	4,486	-0,074	2,603	0,175
		2020	3,454	-0,339	4,425	0,202
		2021	2,964	0,247	3,624	0,296
11	SKBM	2019	0,683	0,077	2.198,885	0,757
		2020	0,581	0,504	584,505	0,839

		2021	0,626	0,216	129,526	0,985
12	GGRM	2019	2,002	0,155	10,158	0,544
		2020	1,348	0,036	14,969	0,336
		2021	0,993	0,091	22,279	0,517

NO	Kode	Tahun	Total Ekuitas
1	ICBP	2019	26.671.104.000.000
		2020	50.318.053.000.000
		2021	118.066.628.000.000
2	INDF	2019	54.202.488.000.000
		2020	79.138.044.000.000
		2021	86.632.111.000.000
3	MLBI	2019	1.146.007.000.000
		2020	1.433.406.000.000
		2021	1.099.157.000.000
4	MYOR	2019	9.911.940.195.318
		2020	11.271.468.049.958
		2021	11.360.031.396.135
5	ROTI	2019	3.092.597.379.097
		2020	3.227.671.047.731
		2021	2.849.419.530.726
6	STTP	2019	2.148.007.007.980
		2020	2.673.298.199.144
		2021	3.300.848.622.529
7	ULTJ	2019	5.655.139.000.000
		2020	4.781.737.000.000
		2021	5.138.126.000.000
8	ALTO	2019	380.730.523.614
		2020	372.883.080.340
		2021	363.835.661.084
9	CEKA	2019	1.131.294.696.834
		2020	1.260.714.994.864
		2021	1.387.366.962.835
10	DLTA	2019	1.213.563.332.000
		2020	1.019.898.963.000
		2021	1.010.174.017.000
11	SKBM	2019	1.035.820.381.000

		2020	961.981.659.335
		2021	992.485.493.010
12	GGRM	2019	50.930.758.000.000
		2020	58.522.468.000.000
		2021	59.288.274.000.000

NO	Kode	Tahun	Total Saham Yang Beredar
1	ICBP	2019	11.661.908.000
		2020	11.661.908.000
		2021	11.661.908.000
2	INDF	2019	8.780.426.500
		2020	8.780.426.500
		2021	8.780.426.500
3	MLBI	2019	2.107.000.000
		2020	2.107.000.000
		2021	2.107.000.000
4	MYOR	2019	22.358.699.725
		2020	22.358.699.725
		2021	22.358.699.725
5	ROTI	2019	6.186.488.888
		2020	6.186.488.888
		2021	6.186.488.888
6	STTP	2019	1310000000
		2020	1310000000
		2021	1310000000
7	ULTJ	2019	118.066.628
		2020	118.066.628
		2021	118.066.628
8	ALTO	2019	2.191.870.558
		2020	2.191.870.558
		2021	2.191.870.558
9	CEKA	2019	595.000.000
		2020	595.000.000
		2021	595.000.000
10	DLTA	2019	800.659.050
		2020	800.659.050
		2021	800.659.050

11	SKBM	2019	1.726.003.217
		2020	1.726.003.217
		2021	1.726.003.217
12	GGRM	2019	1.924.088.000
		2020	1.924.088.000
		2021	1.924.088.000

NO	Kode	Tahun	Nilai Buku
1	ICBP	2019	2.287,027
		2020	4.314,736
		2021	10.124,126
2	INDF	2019	6.173,104
		2020	9.013,007
		2021	9.866,504
3	MLBI	2019	543,905
		2020	680,307
		2021	521,669
4	MYOR	2019	443,315
		2020	504,120
		2021	508,081
5	ROTI	2019	499,895
		2020	521,729
		2021	460,588
6	STTP	2019	1.639,700
		2020	2.040,686
		2021	2.519,732
7	ULTJ	2019	47.897,862
		2020	40.500,327
		2021	43.518,868
8	ALTO	2019	173,701
		2020	170,121
		2021	165,993
9	CEKA	2019	1.901,336
		2020	2.118,849
		2021	2.331,709
10	DLTA	2019	1.515,706
		2020	1.273,824

		2021	1.261,678
11	SKBM	2019	600,127
		2020	557,346
		2021	575,019
12	GGRM	2019	26.470,077
		2020	30.415,692
		2021	30.813,702

NO	Kode	Tahun	Harga Saham
1	ICBP	2019	11.150
		2020	9.575
		2021	8.700
2	INDF	2019	7.925
		2020	6.850
		2021	6.325
3	MLBI	2019	16.133
		2020	9.517
		2021	8.183
4	MYOR	2019	2.050
		2020	2.710
		2021	2.040
5	ROTI	2019	1.300
		2020	1.360
		2021	1.360
6	STTP	2019	4.500
		2020	7.550
		2021	7.550
7	ULTJ	2019	1680
		2020	1600
		2021	1570
8	ALTO	2019	398
		2020	280
		2021	280
9	CEKA	2019	1.670
		2020	1.785
		2021	1.880
10	DLTA	2019	6.800

		2020	4.400
		2021	3.740
11	SKBM	2019	410
		2020	324
		2021	360
12	GGRM	2019	53.000
		2020	41.000
		2021	30.600

NO	Kode	Tahun	PBV (Y)
1	ICBP	2019	4,875
		2020	2,219
		2021	0,859
2	INDF	2019	1,284
		2020	0,760
		2021	0,641
3	MLBI	2019	29,661
		2020	13,989
		2021	15,686
4	MYOR	2019	4,624
		2020	5,376
		2021	4,015
5	ROTI	2019	2,601
		2020	2,607
		2021	2,953
6	STTP	2019	2,744
		2020	3,700
		2021	2,996
7	ULTJ	2019	0,035
		2020	0,040
		2021	0,036
8	ALTO	2019	2,291
		2020	1,646
		2021	1,687
9	CEKA	2019	0,878
		2020	0,842
		2021	0,806

10	DLTA	2019	4,486
		2020	3,454
		2021	2,964
11	SKBM	2019	0,683
		2020	0,581
		2021	0,626
12	GGRM	2019	2,002
		2020	1,348
		2021	0,993

NO	Kode	Tahun	Penjualan P.Berjalan (S1)
1	ICBP	2019	42.296.703
		2020	46.641.048
		2021	56.803.733
2	INDF	2019	76.592.955
		2020	81.731.469
		2021	99.345.618
3	MLBI	2019	3.711.405
		2020	1.985.009
		2021	2.473.681
4	MYOR	2019	25.026.739.472.547
		2020	24.476.953.742.651
		2021	27.904.558.322.181
5	ROTI	2019	3.337.022.314.624
		2020	3.212.034.546.032
		2021	3.287.623.237.457
6	STTP	2019	3.512.509.168.853
		2020	3.846.300.254.825
		2021	4.241.856.914.012
7	ULTJ	2019	6.223.057
		2020	5.967.362
		2021	6.615.642
8	ALTO	2019	343.971.642.312
		2020	321.502.485.934
		2021	366.966.569.109
9	CEKA	2019	3.120.937.098.980
		2020	3.634.297.273.749
		2021	5.359.440.530.374
10	DLTA	2019	827.136.727
		2020	546.336.411
		2021	681.205.785
		2019	2.104.704.872.583

11	SKBM	2020	3.165.530.224.724
		2021	3.847.887.478.570
12	GGRM	2019	110.523.819
		2020	114.477.311
		2021	124.881.266

NO	Kode	Tahun	Penjualan P.Tahun Lalu (S0)
1	ICBP	2019	38.413.407
		2020	42.296.703
		2021	46.641.048
2	INDF	2019	73.394.728
		2020	76.592.955
		2021	81.731.469
3	MLBI	2019	3.649.615
		2020	3.711.405
		2021	1.985.009
4	MYOR	2019	24.060.802.395.725
		2020	25.026.739.472.547
		2021	24.476.953.742.651
5	ROTI	2019	2.766.545.866.684
		2020	3.337.022.314.624
		2021	3.212.034.546.032
6	STTP	2019	2.826.957.323.397
		2020	3.512.509.168.853
		2021	3.846.300.254.825
7	ULTJ	2019	5.472.882
		2020	6.223.057
		2021	5.967.362
8	ALTO	2019	294.274.839.317
		2020	343.971.642.312
		2021	321.502.485.934
9	CEKA	2019	3.629.327.583.572

		2020	3.120.937.098.980
		2021	3.634.297.273.749
10	DLTA	2019	893.006.350
		2020	827.136.727
		2021	546.336.411
11	SKBM	2019	1.953.910.957.160
		2020	2.104.704.872.583
		2021	3.165.530.224.724
		2019	95.707.663

12	GGRM	2020	110.523.819
		2021	114.477.311

NO	Kode	Tahun	Pertumbuhan Penjualan (X1)
1	ICBP	2019	0,101
		2020	0,103
		2021	0,152
2	INDF	2019	0,044
		2020	0,067
		2021	0,216
3	MLBI	2019	0,017
		2020	-0,465
		2021	0,246
4	MYOR	2019	0,040
		2020	-0,022
		2021	0,140
5	ROTI	2019	0,206
		2020	-0,037
		2021	0,024
6	STTP	2019	0,243
		2020	0,095
		2021	0,103
7	ULTJ	2019	0,137
		2020	-0,041
		2021	0,109
8	ALTO	2019	0,169
		2020	-0,065
		2021	0,141
9	CEKA	2019	-0,140
		2020	0,164
		2021	0,475
10	DLTA	2019	-0,074
		2020	-0,339
		2021	0,247
11	SKBM	2019	0,077
		2020	0,504
		2021	0,216
12	GGRM	2019	0,155
		2020	0,036
		2021	0,091

NO	Kode	Tahun	Penjualan
1	ICBP	2019	42.296.703
		2020	46.641.048
		2021	56.803.733
2	INDF	2019	76.592.955
		2020	81.731.469
		2021	99.345.618
3	MLBI	2019	3.711.405
		2020	1.985.009
		2021	2.473.681
4	MYOR	2019	25.026.739.472.547
		2020	24.476.953.742.651
		2021	27.904.558.322.181
5	ROTI	2019	3.337.022.314.624
		2020	3.212.034.546.032
		2021	3.287.623.237.457
6	STTP	2019	3.512.509.168.853
		2020	3.846.300.254.825
		2021	4.241.856.914.012
7	ULTJ	2019	6.223.057
		2020	5.967.362
		2021	6.615.642
8	ALTO	2019	343.971.642.312
		2020	321.502.485.934

		2021	366.966.569.109
9	CEKA	2019	3.120.937.098.980
		2020	3.634.297.273.749
		2021	5.359.440.530.374
10	DLTA	2019	827.136.727
		2020	546.336.411
		2021	681.205.785
11	SKBM	2019	2.104.704.872.583
		2020	3.165.530.224.724
		2021	3.847.887.478.570
12	GGRM	2019	110.523.819
		2020	114.477.311
		2021	124.881.266

NO	Kode	Tahun	Laba Bersih
		2019	5.360.029

1	ICBP	2020	7.418.574
		2021	7.900.282
2	INDF	2019	5.902.729
		2020	8.752.066
		2021	11.203.585
3	MLBI	2019	1.206.059
		2020	285.617
		2021	665.850
4	MYOR	2019	3.172.264.551.034
		2020	2.830.928.194.155
		2021	1.772.315.914.155
5	ROTI	2019	236.518.557.420
		2020	168.610.282.478
		2021	281.340.682.456
6	STTP	2019	482.590.522.840
		2020	628.628.879.549
		2021	617.573.766.863
7	ULTJ	2019	1.035.865
		2020	1.109.665
		2021	127.679
8	ALTO	2019	7.383.289.239

		2020	10.506.939.189
		2021	8.932.197.718
9	CEKA	2019	215.459.200.242
		2020	181.812.593.992
		2021	187.066.990.085
10	DLTA	2019	317.815.177
		2020	123.465.762
		2021	187.992.998
11	SKBM	2019	957.169.058
		2020	5.415.741.808
		2021	29.707.421.605
12	GGRM	2019	10.880.704
		2020	7.647.729
		2021	5.605.321

NO	Kode	Tahun	Net Profit margin
1	ICBP	2019	7,891
		2020	6,287
		2021	7,190
2	INDF	2019	12,976
		2020	9,339
		2021	8,867
3	MLBI	2019	3,077
		2020	6,950
		2021	3,715
4	MYOR	2019	7,889
		2020	8,646
		2021	15,745
5	ROTI	2019	14,109
		2020	19,050
		2021	11,686
6	STTP	2019	7,278
		2020	6,119
		2021	6,869
7	ULTJ	2019	6,008
		2020	5,378
		2021	51,815
8	ALTO	2019	46,588
		2020	30,599
		2021	41,084
9	CEKA	2019	14,485
		2020	19,989
		2021	28,650
10	DLTA	2019	2,603
		2020	4,425
		2021	3,624
11	SKBM	2019	2.198,885
		2020	584,505
		2021	129,526
12	GGRM	2019	10,158
		2020	14,969
		2021	22,279

NO	Kode	Tahun	Total Hutang
1	ICBP	2019	12.038.210
		2020	53.270.272
		2021	63.342.765
2	INDF	2019	41.996.071
		2020	83.998.472
		2021	92.724.082
3	MLBI	2019	1.750.943
		2020	1.474.019
		2021	1.822.860
4	MYOR	2019	9.125.978.611.155
		2020	8.506.032.464.592
		2021	8.557.621.869.393
5	ROTI	2019	1.589.486.465.854
		2020	1.224.495.624.254
		2021	1.341.864.891.951
6	STTP	2019	733.556.075.974
		2020	775.696.860.738
		2021	618.395.061.219
7	ULTJ	2019	953.283
		2020	3.972.379
		2021	2.268.730
8	ALTO	2019	722.719.563.550
		2020	732.991.334.916
		2021	725.373.304.291
9	CEKA	2019	261.784.845.240
		2020	305.958.833.204
		2021	310.020.233.374
10	DLTA	2019	212.420.390
		2020	205.681.950
		2021	298.548.048
11	SKBM	2019	784.562.971.811
		2020	806.678.887.419
		2021	977.942.627.046
12	GGRM	2019	27.716.516
		2020	19.668.941
		2021	30.676.095

NO	Kode	Tahun	Total Modal
1	ICBP	2019	26.671.104
		2020	50.318.053
		2021	118.066.628
2	INDF	2019	54.202.488
		2020	79.138.044
		2021	86.632.111
3	MLBI	2.019	1.146.007
		2.020	1.433.406
		2.021	1.099.157
4	MYOR	2019	9.911.940.195.318
		2020	11.271.468.049.958
		2021	11.360.031.396.135
5	ROTI	2019	3.092.597.379.097
		2020	3.227.671.047.731
		2021	2.849.419.530.726
6	STTP	2019	2.148.007.007.980
		2020	2.673.298.199.144
		2021	3.300.848.622.529
7	ULTJ	2019	5.655.139
		2020	4.781.737
		2021	5.138.126
8	ALTO	2019	380.730.523.614
		2020	372.883.080.340
		2021	363.835.661.084
9	CEKA	2019	1.131.294.696.834
		2020	1.260.714.994.864
		2021	1.387.366.962.835
10	DLTA	2019	1.213.563.332
		2020	1.019.898.963
		2021	1.010.174.017
11	SKBM	2019	1.035.820.381.000
		2020	961.981.659.335
		2021	992.485.493.010
12	GGRM	2019	50.930.758
		2020	58.522.468
		2021	59.288.274

NO	Kode	Tahun	DER (X3)
1	ICBP	2019	0,451
		2020	1,059
		2021	0,537
2	INDF	2019	0,775
		2020	1,061
		2021	1,070
3	MLBI	2019	1,528
		2020	1,028
		2021	1,658
4	MYOR	2019	0,921
		2020	0,755
		2021	0,753
5	ROTI	2019	0,514
		2020	0,379
		2021	0,471
6	STTP	2019	0,342
		2020	0,290
		2021	0,187
7	ULTJ	2019	0,169
		2020	0,831
		2021	0,442
8	ALTO	2019	1,898
		2020	1,966
		2021	1,994
9	CEKA	2019	0,231
		2020	0,243
		2021	0,223
10	DLTA	2019	0,175
		2020	0,202
		2021	0,296
11	SKBM	2019	0,757
		2020	0,839
		2021	0,985
12	GGRM	2019	0,544
		2020	0,336
		2021	0,517

Lampiran 2 : Hasil Output Statistik / SPSS:

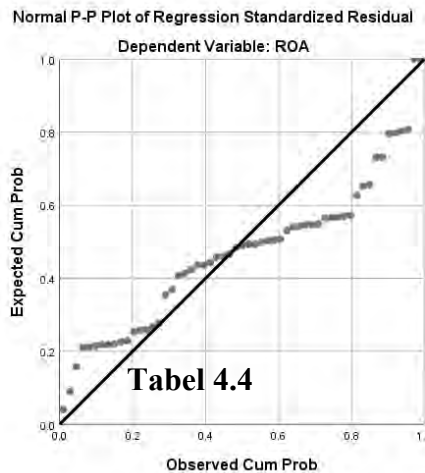
Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV (Y)	36	0.035	29.661	3.52754	5.571176
Pertumbuhan Penjualan (X1)	36	-0.465	0.504	0.08699	0.179280
Net Profit margin(X2)	36	2.603	2198.885	93.86807	373.704767
DER (X3)	36	0.169	1.994	0.73408	0.525881
Valid N (listwise)	36				

Tabel 4.3
Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	12.15159645
Most Extreme Differences	Absolute	.233
	Positive	.233
	Negative	-.152
Test Statistic		.233
Asymp. Sig. (2-tailed)		.250 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Gambar 4.1
Hasil Uji Normal P-P Plot



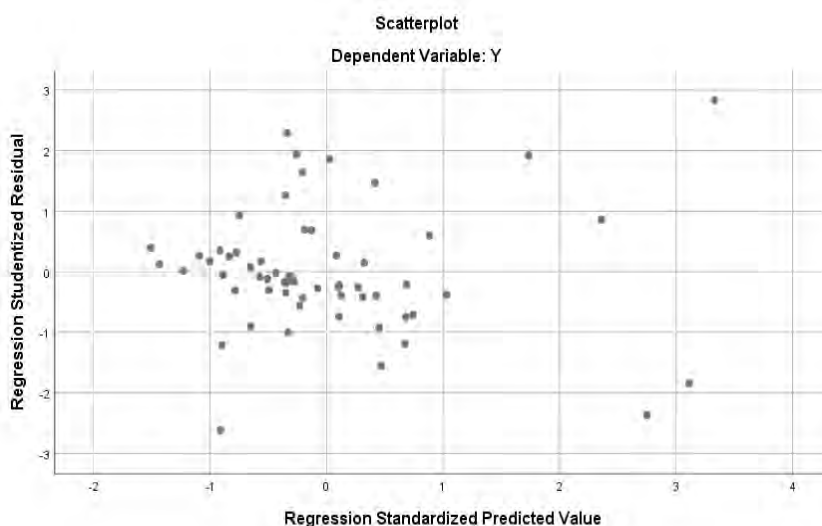
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.989	1.011
	X2	.988	1.012
	X3	.999	1.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.738 ^a	.545	.536	1.89421	1.872

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS.

Lampiran 3 : Output Hasil Penelitian

Tabel 4.6
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.871	1.023	
	X1	8.662	3.972	.238
	X2	.102	.032	.109
	X3	3.707	1.685	.350

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan SPSS.

Tabel 4.7
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a			
Model	t	Sig.	
1	(Constant)	2.806	.000
	X1	2.181	.01
	X2	3.407	.01
	X3	2.201	.035

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan SPSS.

Tabel 4.8
Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	332.987	3	110.996	4.046	.01 ^b
	Residual	877.956	32	27.436		
	Total	1210.943	35			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data diolah SPSS.

Tabel 4.9
Hasil Uji Determinasi r²

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.738 ^a	.545	.536	1.89421	1.872

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan SPSS.

Lampiran 4 : Surat Izin Riset Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax: (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Sei Ja Budi No. 790 Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax: (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas:ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 056 / FEB /01.1/ 1 / 2023
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

15 Januari 2023

Kepada Yth,
Bursa Efek Indonesia

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara/saudari, Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

N a m a : ROBERT MARTOGU PASARIBU
NPM : 188330155
Program Studi : Akuntansi
Judul : **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Net Profit Margin Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021**
No. HP : 081260925724
Alamat Email : robertpasaribu2000@gmail.com

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang,
Inovasi, Kemahasiswaan Dan Alumni

Rana Fathimah Ananda, SE, M. Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Peringgal

Lampiran 5 : Surat Selesai Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kalam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366870, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 0201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas_ekonomi@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 015 /FEB.1/06.5/ II /2023

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

Nama : ROBERT MARTOGU PASARIBU
N P M : 188330155
Program Studi : Akuntansi

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul :

" Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, *Net Profit Margin* Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021"

Selama melakukan pengambilan data / riset mahasiswa mengikuti arahan sesuai peraturan dan tetap berperilaku baik. Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

A.n Dekan, 14 Pebruari 2023

Ketua Program Studi Akuntansi



Fauziah Rahman, S. Pd, M. A