



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 15344-15257

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024

Rosmauli Lumban Raja¹, Thomas Sumarsan Goh², Saur Meliana Sipayung³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

rosmaulilmraja@gmail.com¹, gotho@gmail.com², saurpayung12@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan, dan sales growth terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan, dan sales growth, sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh sebanyak 37 perusahaan sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, struktur kepemilikan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal juga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Demikian pula, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, sales growth terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan dapat meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan, dan sales growth secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa kombinasi dari faktor internal perusahaan secara keseluruhan memiliki kontribusi dalam menentukan nilai perusahaan di pasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi manajemen perusahaan dan investor dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan peningkatan nilai perusahaan.

Kata Kunci: Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Sales Growth, Nilai Perusahaan.

1. Latar Belakang

Setiap perusahaan memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik atau pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan tingkat keberhasilan perusahaan yang dilihat salah satunya dari harga saham, (Brigham dan Houston, 2019:76). Dapat dijelaskan nilai perusahaan sendiri merupakan persepsi pemegang saham pada potensi dan kinerja perusahaan dalam memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham yang dapat dilihat melalui harga sahamnya (Ovami & Nasution, 2020). Semakin maksimal nilai perusahaan maka akan berdampak pada kesejahteraan yang lebih maksimal pula pada pemegang sahamnya. Kesejahteraan pemilik perusahaan dan para pemegang saham juga dapat dilihat dari banyaknya laba yang dihasilkan perusahaan. Laba yang diperoleh dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan menarik calon investor lain terhadap perusahaan karena memberikan gambaran masa depan yang baik dan dinilai minim akan risiko untuk dijadikan tempat berinvestasi.

Salah satu cara investor menilai perusahaan adalah melalui harga saham. Harga saham dapat menjadi cerminan bagaimana performa atau kinerja suatu perusahaan. Pada perusahaan dengan kinerja yang baik akan menarik investor untuk membeli saham. Menurut Amro dan Asyik (2021) nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga semakin tinggi harga saham diikuti semakin tinggi pula nilai perusahaan. Peningkatan harga saham sama dengan cara meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat menjamin

Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024

kemakmuran pemegang saham (Gz & Lisiantara, 2022). Dalam hal ini, nilai perusahaan juga menjadi cerminan kemakmuran pemegang saham.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV), dengan alasan karena PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Nilai PBV yang semakin tinggi menunjukkan bahwa pasar semakin percaya terhadap prospek perusahaan tersebut. Dengan kepercayaan pasar yang semakin tinggi terhadap prospek perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat, (Meivia, 2019:12)

Selain penjelasan tersebut, alasan lain penggunaan PBV karena dianggap dapat memberikan informasi paling akurat untuk menilai perusahaan, karena PBV merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kekayaan pemegang saham, (Joninho dan Deasy, 2019:154). Di sisi lain, apabila nilai perusahaan cenderung menurun, maka hal tersebut akan berdampak terhadap minat investor untuk membeli saham perusahaan, sehingga dapat mengakibatkan menurunnya harga saham.

Salah satu sektor yang memiliki pengaruh besar terhadap perekonomian nasional adalah Sektor Barang Konsumen Primer. Sektor ini mencakup perusahaan yang memproduksi barang-barang kebutuhan pokok masyarakat, seperti makanan, minuman, produk rumah tangga, rokok, dan produk perawatan diri. Karena produknya dibutuhkan setiap hari, sektor ini tergolong stabil dan memiliki permintaan yang relatif konstan meskipun kondisi ekonomi mengalami perubahan. Namun, sejak tahun 2022 hingga 2024, sektor ini menghadapi berbagai tantangan, antara lain peningkatan harga bahan baku, kenaikan inflasi, perubahan perilaku konsumen, serta persaingan yang semakin ketat akibat kemajuan teknologi dan perkembangan *e-commerce*.

Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, dalam penelitian ini akan dibahas, yaitu: struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran Perusahaan dan *sales growth*. Salah satu faktor penting yang memengaruhi nilai perusahaan adalah struktur kepemilikan. Struktur kepemilikan juga dikenal dengan kepemilikan insider adalah presentase dari porsi, perbandingan atau presentase dari modal, ekuitas termasuk saham yang dimiliki oleh individu di dalam perusahaan (*insider shareholders*) dan investor (*outside shareholders*). Struktur kepemilikan dapat melibatkan investor individual, pemerintah dan institusi swasta. Struktur kepemilikan mencerminkan komitmen dari pemegang saham untuk mendelegasikan tingkat pengendalian tertentu kepada manajer (Christian et al., 2022). Struktur kepemilikan saham merupakan presentasi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemegang saham dalam mengorganisir perusahaan baik jumlah saham, jumlah unit, dan presentase kepemilikan yang dimiliki oleh asing, manajerial, individu dan/atau seperti lembaga koporasi, pemerintah dan lainnya (Saputri, 2023). Apabila proporsi struktur kepemilikan mayoritas dalam perusahaan dapat efektif dalam kapasitasnya sebagai dewan komisaris, maka akan berdampak positif terhadap kemajuan perusahaan, namun apabila yang terjadi sebaliknya, akan berdampak kurang baik dalam pengelolaan Perusahaan.

Untuk mengukur struktur kepemilikan dalam penelitian ini, diproksikan dengan kepemilikan institusional (KI). Kepemilikan institusional adalah besarnya jumlah kepemilikan saham oleh institusi (pemerintah, perusahaan asing, lembaga keuangan seperti asuransi, bank, dan dana pension) yang terdapat pada perusahaan. Jenis kepemilikan ini paling mencerminkan fungsi pengawasan, transparansi, serta kemampuan mempengaruhi keputusan manajemen secara efektif. Kepemilikan institusional dianggap sebagai representasi terbaik dari kekuatan pemilik saham dalam mengontrol manajemen dan memastikan bahwa kebijakan perusahaan diarahkan untuk meningkatkan nilai perusahaan, (Adnyani, dkk. 2020).

Struktur modal merupakan perbandingan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri yang digunakan perusahaan (Riyanto, 2019: 28). Dengan demikian, struktur modal (*capital structure*) dapat juga disebut dengan komposisi sumber dana/modal yang bersumber dari modal internal, yaitu ekuitas, laba ditahan dan dana cadangan dengan sumber modal eksternal, yaitu utang dan sumber modal eksternal lainnya. Melalui struktur modal, akan dapat diketahui komposisi sumber modal perusahaan apakah lebih besar dari internal atau eksternal. Apabila sumber modal perusahaan lebih besar dari internal, hal ini menggambarkan bahwa manajemen keuangan perusahaan efektif, akan tetapi apabila sumber modal perusahaan lebih besar dari eksternal, memberi gambaran bahwa manajemen keuangan perusahaan belum efektif atau kondisi keuangan perusahaan mengalami masalah atau disebut dengan *financial distress*, sehingga perlu diperbaiki untuk masa yang akan datang. Menurut *trade off theory*, perusahaan dapat menggunakan sumber modal eksternal atau utang, asalkan utang tersebut dapat memberikan hasil yang lebih besar dari biaya yang timbul akibat penggunaan utang tersebut.

Melalui teori sinyal (*signalling theory*) struktur modal akan memberi gambaran kepada investor dan

calon investor, bagaimana perusahaan dapat mengelola sumber modal yang dimiliki. Melalui komposisi struktur modal yang tersedia, dapat diketahui apakah efektif untuk keuangan perusahaan likuid dan profitable. Bila hal ini terjadi, tentu akan memberikan sinyal positif tentang kondisi keuangan perusahaan dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti memproksikan struktur modal dengan *debt to equity ratio* (DER). DER dapat dihitung dengan membandingkan total liabilitas dengan total ekuitas. Melalui DER, akan dapat diketahui seberapa besar komposisi antara liabilitas dengan ekuitas yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan. Dari komposisi tersebut akan dapat di evaluasi apakah perusahaan dapat mengelola modal kerja dan investasi perusahaan untuk menghasilkan pendapatan.

Ukuran Perusahaan merupakan suatu ukuran, skala atau variabel yang dapat menggambarkan besar – kecilnya Perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aktiva, log size, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lainnya (Muchlisin Riadi,2020). Ni Kadek, dkk. (202:25) menjelaskan, bahwa ukuran perusahaan menggambarkan perbedaan tingkat risiko bisnis suatu perusahaan yang besar maupun kecil berdasarkan jumlah aset maupun omset yang diperoleh”. Total aset yang tercantum pada laporan keuangan merupakan salah satu yang mampu menunjukkan ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran kemampuan finansial perusahaan dalam suatu periode tertentu. Kemampuan finansial sebuah perusahaan dapat dilihat dari penjualan bersih atau jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut. Menurut investor ukuran perusahaan yang besar dianggap sebagai sebuah indikator yang menggambarkan tingkat risiko untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut, karena jika perusahaan memiliki kemampuan finansial yang baik, maka perusahaan tersebut dianggap mampu memberikan tingkat pengembalian yang memadai. Perusahaan besar cenderung akan melakukan diversifikasi usaha lebih banyak dari pada perusahaan kecil oleh karena itu kemungkinan kegagalan dalam menjalankan usaha atau kebangkrutan akan lebih kecil. Sedangkan perusahaan kecil akan dianggap lebih berisiko karena lebih cenderung menggunakan modal sendiri dan hutang jangka pendek daripada perusahaan besar. Karena biaya yang rendah perusahaan kecil cenderung lebih menyukai hutang jangka pendek daripada hutang jangka panjang. Ukuran perusahaan sering dijadikan indikator bagi kemungkinan terjadinya kebangkrutan bagi suatu perusahaan, di mana perusahaan dalam ukuran lebih besar dipandang lebih mampu menghadapi krisis dalam menjalankan usahanya, (Muchlisin Riadi,2020).

Adapun pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah dilihat dari kategori ukuran perusahaan yang sudah dijelaskan di atas, yaitu terdiri dari: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Apabila kategori ukuran perusahaan suatu perusahaan semakin besar, maka hal ini akan memberikan sinyal positif kepada investor untuk menunjukkan bahwa kondisi keuangan internal perusahaan kuat, sehingga perusahaan dapat melakukan investasi yang besar terhadap perolehan aktiva. Dengan demikian, maka minat investor akan meningkat untuk menginvestasikan modalnya membeli saham perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas maka, maka dalam penelitian ini indikator ukuran perusahaan (*Size*) diukur dengan menggunakan Logaritma natural Total Aktiva/Aset atau disingkat dengan Ln (Total Aset). Ln (Total Aset) digunakan untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka dari jumlah aktiva dibentuk logaritma natural yang bertujuan untuk membuat data jumlah aktiva terdistribusi secara normal. Nilai total aktiva biasanya bernilai lebih besar jika dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya. Dengan menggunakan Ln (Total Aset) dari total aktiva dengan nilai ratusan milyar bahkan trilyun akan disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari total aktiva yang sesungguhnya.

Melalui *signaling theory*, akan memberikan sinyal positif kepada investor dan pihak lain yang berkepentingan bahwa melalui peningkatan pertumbuhan penjualan merupakan gambaran kinerja perusahaan meningkat. Dengan peningkatan ini akan mengakibatkan kinerja keuangan perusahaan meningkat yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan sinyal tersebut, investor akan tertarik untuk berinvestasi membeli saham perusahaan.

Dalam penelitian ini, pertumbuhan penjualan diukur dengan *sales growth ratio* (SG), yaitu rasio yang dihitung dengan membandingkan tingkat penjualan saat ini terhadap tingkat penjualan periode yang lalu. Melalui rasio ini akan dapat diketahui seberapa besar tingkat atau persentasi pertumbuhan penjualan setiap periode yang dicapai perusahaan dalam kegiatan operasionalnya.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah struktur kepemilikan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah struktur modal secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah *sales growth* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan dan *sales growth* secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen keuangan dan pasar modal, dengan memperkaya kajian empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang membahas hubungan antara struktur kepemilikan (X_1), struktur modal (X_2), ukuran perusahaan (X_3), pertumbuhan penjualan (X_4), dan nilai perusahaan (Y).

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan dari penjelasan yang telah ditulis di atas maka manfaat pada penelitian ini adalah antara lain sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh Struktur kepemilikan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, *Sales growth* dan Nilai Perusahaan

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan alat bantu analisis terhadap hasil yang akan didapatkan melalui variabel-variabel yang digunakan, serta dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan investasi yang dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan sehingga, dapat membantu dan menjadikan petunjuk serta memberikan informasi sehingga perusahaan lebih mudah memberikan keputusan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bermanfaat dalam memberikan informasi atau sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, *Sales growth* dan Nilai Perusahaan.

Kerangka Teori

Kerangka Teori

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori *signaling* menjelaskan sebuah sinyal yang diberikan dari pihak manajemen untuk menyampaikan informasi tentang rasio keuangan yang ada di laporan keuangan yang digunakan untuk pengambilan keputusan oleh pihak eksternal. Teori ini menekankan pemberian sinyal oleh manajemen dengan membahas sinyal positif dan negatif. "Sinyal positif merupakan penyampaian informasi mengenai laporan keuangan yang meningkat. Sinyal negatif merupakan penyampaian informasi mengenai keadaan laporan keuangan yang menurun yang disampaikan kepada pemegang saham". (Tsaqif dan Agustiningih, 2021).

Teori Trade Off (*Trade Off Theory*)

Trade off theory membahas mengenai hubungan antara struktur modal dengan nilai perusahaan. Esensi *trade off theory* dalam struktur modal adalah menyeimbangkan manfaat dan pengorbanan yang timbul akibat penggunaan hutang. Sejauh manfaat lebih besar dari pengorbanan yang dilakukan maka tambahan hutang masih diperkenankan. Sedangkan apabila pengorbanan karena penggunaan hutang sudah lebih besar maka tambahan

hutang sudah tidak diperbolehkan. Inti dari *trade off theory* dalam struktur modal adalah menyeimbangkan manfaat dan pengorbanan yang timbul sebagai akibat penggunaan hutang. Jika pengorbanan dari penggunaan hutang sudah lebih besar, maka tambahan hutang sudah tidak diperbolehkan lagi (Umdiana dan Claudia, 2020:52). *Trade off theory* juga menjelaskan bahwa struktur modal yang optimal didasarkan pada keseimbangan antara manfaat dan biaya dari pembiayaan dengan pinjaman. Manfaat terbesar dari suatu pembiayaan dengan pinjaman adalah pengurangan pajak yang diperoleh atas bunga pinjaman, yang dapat mengurangi dalam menghitung pendapatan kena pajak. Jadi ada perbandingan yang kuat dimana perusahaan bisa mengatur pembiayaan baik melalui saham ataupun hutang.

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Pada teori keagenan dijelaskan bahwa pada sebuah perusahaan terdapat dua pihak yang saling berinteraksi. Pihak-pihak tersebut adalah pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajemen perusahaan. Menurut Rizky, H. A. (2023) dalam agensi teori menjelaskan kepentingan antara manajemen dan investor dimana nilai perusahaan yang tinggi memberikan peluang investasi yang positif oleh investor. Pemegang saham disebut sebagai prinsipal, sedangkan manajemen orang yang diberi kewenangan oleh pemegang saham untuk menjalankan perusahaan yang disebut agen.

Perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dan kepemilikan akan rentan terhadap konflik keagenan yang disebabkan karena masing-masing pihak mempunyai kepentingan yang saling bertentangan, yaitu berusaha mencapai kemakmurannya sendiri (Jensen dan Meckling, 1976). Untuk meminimalkan konflik, maka pemilik dan manajemen melakukan kesepakatan kontrak kerja

Nilai Perusahaan

Definisi Nilai Perusahaan

Yuniari et al., (2021:194) mendefinisikan nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut akan dijual. Sementara Akbar dan Fahmi (2020:62) mengemukakan bahwa nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu suatu perusahaan yang sudah dicapai sebagai gambaran dari kepercayaan investor terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Akbar dan Fahmi 2020:62). Selanjutnya Yanti (2020:316) mengemukakan bahwa nilai perusahaan menunjukkan kemampuan bisnis dari perusahaan melalui keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan dalam memaksimalkan kekayaan atau kesejahteraan pemegang saham perusahaan.

Indikator dari Nilai Perusahaan

Silvia (2022:15) mengemukakan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan:

Price to book value (PBV)

Meivia (2019:12) menjelaskan bahwa *price to book value* (PBV) adalah perbandingan antara harga saham dan nilai buku (*book value*) yang diberikan pasar keuangan untuk mengukur nilai perusahaan. Nilai *price to book value* (PBV) yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja dan prospek perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka jika harga saham lebih tinggi dari nilai buku perusahaan, nilai *price to book value* (PBV) akan meningkat sehingga nilai perusahaan akan meningkat di pasar keuangan

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

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan. PBV merupakan perhitungan rasio nilai pasar saham perusahaan ditambah dengan hutang lalu dibandingkan dengan total aset perusahaan. Rasio ini memberikan informasi peluang investasi informasi kepada investor karena dapat mencerminkan perusahaan mampu atau tidak dalam meningkatkan prospek masa depan yang lebih baik. Semakin tinggi PBV menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dalam jangka panjang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Struktur Kepemilikan

Pengertian Struktur Kepemilikan

Menurut Rachmah dan Iswara (2023), “struktur kepemilikan menggambarkan komposisi kepemilikan

saham, baik itu pemerintah, institusi atau public, asing, keluarga atau pemegang saham eksekutif". Menurut *Modren Corporation Theory*, Perusahaan perlu memisahkan peran antara pemilik yaitu pemegang saham dan pengelola, yaitu manajemen. Pemisahan ini menuntut adanya struktur kepemilikan yang jelas untuk menjamin efektivitas pengelolaan Perusahaan (Putra dan Putra, 2021).

Menurut Sudana IM. (2019:11) menyatakan struktur kepemilikan: "Merupakan pemisahan antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan. Pemilik atau pemegang saham adalah pihak yang menyertakan modal kedalam perusahaan, sedangkan manajer adalah pihak yang ditunjuk pemilik dan diberi kewenangan mengambil keputusan dalam mengelola perusahaan, dengan harapan manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik".

Jenis-Jenis Struktur Kepemilikan Kepemilikan Institusional

Menurut Sri, dkk (2018:156) kepemilikan institusional merupakan persentase saham yang dimiliki oleh institusi. Kepemilikan institusional merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengurangi konflik kepentingan.

Kepemilikan Institusional adalah besarnya jumlah kepemilikan saham oleh institusi (pemerintah, perusahaan asing, lembaga keuangan seperti asuransi, bank, dan dana pension) yang terdapat pada perusahaan (Adnyani, dkk. 2020).

Kepemilikan institusional dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham Yang Dimiliki Institusi}}{\text{Jumlah saham Yang Beredar}} \times 100\%$$

Kepemilikan institusional sebagai penyedia dana untuk modal perusahaan mempunyai klasifikasi tertentu dalam menginvestasikan dananya kepada perusahaan. Untuk meraih kepercayaan institusi, maka perusahaan harus memberikan informasi yang handal dan relevan kepada pihak institusi melalui pelaporan keuangan. Dengan terjaminnya kualitas pelaporan keuangan, hal ini akan berpengaruh pada persentase laba dimasa mendatang.

Kepemilikan institusional memiliki kelebihan antara lain:

- Memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji keandalan informasi.
- Memiliki motivasi yang kuat untuk melaksanakan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.

Struktur Modal

Definisi Struktur Modal

Struktur modal adalah perbandingan antara hutang jangka panjang dan modal Brigham & Houston (2018:235) Struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena akan mempengaruhi risiko yang diambil pemegang saham dan tingkat pengembalian yang diharapkan (Bernando, 2020). Struktur modal merupakan proporsi pendanaan dan hutang perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pengembangan usaha yang besar akan membutuhkan dana yang besar juga, maka dari itu dibutuhkan tambahan dari pihak eksternal sebagai upaya untuk menambahkan dana dalam proses pengembangan proses usaha tersebut (Dhani, 2020).

Indikator Struktur Modal

Kasmir (2014:155) menjelaskan bahwa struktur modal dapat diukur dengan beberapa proksi:

Debt to Equity Ratio (DER)

Rasio ini menunjukkan hubungan antara jumlah hutang yang diberikan oleh para kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan.

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Dalam penelitian ini, struktur modal dapat diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan antara total hutang dengan total ekuitas atau modal sendiri. DER merupakan rasio yang menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman jangka panjang yang diberikan kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik saham. *Debt to Equity ratio* akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, jika investor berasumsi bahwa perusahaan yang memiliki banyak hutang akan mempunyai kesempatan dalam menggunakan modalnya untuk pengembangan dengan harapan bahwa

semakin berkembangnya perusahaan akan semakin memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga akan menarik investor (Hanantijo, 2024).

Ukuran Perusahaan

Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu aspek penting dalam analisis bisnis, karena menggambarkan skala dan kapasitas suatu perusahaan dalam menjalankan operasional dan memperoleh keuntungan. Ukuran perusahaan dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti nilai penjualan, jumlah modal yang dimiliki, dan total aset perusahaan (Safitri, 2020:5). Konsep ukuran perusahaan ini sangat relevan dalam menilai kemampuan perusahaan untuk menghadapi tantangan bisnis, di mana perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki kekuatan yang lebih besar dalam mengatasi masalah dan lebih mampu menghasilkan laba tinggi karena didukung oleh aset yang lebih besar. Dengan total aset yang besar, perusahaan dapat menunjukkan bahwa mereka telah mencapai tahap kedewasaan yang mengindikasikan bahwa arus kas mereka positif, dan perusahaan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang panjang (Ebenezer, 2018:49).

Indikator Ukuran Perusahaan

Jogiyanto (2020:282) menjelaskan bahwa penentuan ukuran perusahaan bisa dilakukan dengan menggunakan nilai meliputi jumlah keseluruhan aset, laba, modal, penjualan dan lain sebagainya, dimana berbagai nilai tersebut bisa menjadi penentu ukuran perusahaan apakah termasuk perusahaan kecil, menengah atau perusahaan besar. Nuridah et al., (2023:721) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dapat diukur dalam beberapa proksi:

Total Aktiva/Aset.

Aktiva/Aset merupakan sumber daya atau kekayaan yang perusahaan. Dimana semakin besar aset atau aktiva, maka perusahaan bisa berinvestasi dengan baik dan perusahaan mampu memenuhi permintaan produk. Sehingga pangsa pasar yang dicapai akan semakin luas dan akan berdampak pada peningkatan profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan.

$$Firm\ Size = Ln(Total\ Asset)$$

Sales Growth

Menurut Kasmir (2016:114), pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan melalui kegiatan operasionalnya.

Sementara menurut Brigham dan Houston (2019:146), *sales growth* merupakan tingkat peningkatan penjualan bersih perusahaan selama periode tertentu yang menunjukkan kinerja pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan. Pertumbuhan penjualan yang stabil dan positif mengindikasikan bahwa perusahaan mampu mempertahankan daya saing dan menarik perhatian investor.

2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif atau disebut juga pendekatan *positivistic*. Menurut Sugiyono (2019:23) mengemukakan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan dan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019:126). Populasi dalam penelitian ini, meliputi seluruh Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 sebanyak 87 perusahaan. Penggunaan rentang waktu dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2022 hingga tahun 2024 dengan alasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini memakai data panel (*data pooled*) yaitu data ini merupakan gabungan antara *cross section data* dan *time series data*.
2. Data tahun 2022 digunakan sebagai tahun awal periode dengan harapan akan diperoleh data yang lebih

objektif dari tahun sebelumnya.

3. Data tahun 2024 digunakan sebagai tahun akhir periode penelitian, dikarenakan waktu pengumpulan data, Bursa Efek Indonesia mempublikasikan laporan tahunan dan IDX statistic tahun 2024.
 Adapun populasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran tabel populasi.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian (Sugiyono, 2019:127). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dengan memberi kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut ini:

1. Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang berturut-turut mempublikasikan laporan keuangannya di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022-2024.
2. Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang berturut-turut menggunakan satuan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya selama periode 2022-2024

Tabel 2.1 Kriteria Pengambilan Sampel

Keterangan		Jumlah
Populasi penelitian: Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode: 2022-2024.		87
Kriteria pengambilan sampel:		
1.	Kriteria 1: Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak berturut-turut mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2022- 2024.	(19)
2.	Kriteria 2: Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak berturut-turut menggunakan satuan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya selama periode 2022-2024	(31)
Jumlah sampel yang diperoleh		37
Jumlah pengamatan: 37 x 3 periode		111

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

Tabel 3.1 di atas menjelaskan proses pemilihan sampel penelitian dengan langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Memeriksa jumlah populasi Perusahaan Sektor Barang Komsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024. Hasil dari pemeriksaan tersebut ditemukan 87 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.
2. Dari 87 perusahaan tersebut, kemudian diteliti lagi perusahaan yang tidak berturut-turut mempublikasikan laporan keuangan selama periode 2022-2024. Hasilnya terdapat 19 perusahaan
3. Kemudian diperiksa lagi perusahaan yang tidak berturut-turut menggunakan satuan mata uang rupiah. Hasil dari pemeriksaan tersebut adalah ditemukannya 31 perusahaan.
4. Secara keseluruhan, jumlah sampel yang memenuhi kriteria selama 3 tahun adalah 37 perusahaan. Dengan demikian jumlah observasi data penelitian yang siap untuk diteliti adalah sebanyak 3 tahun (dari tahun 2022 sampai dengan 2024) dikalikan dengan 37 perusahaan yang telah memenuhi kriteria sampel, sehingga total pengamatan adalah sebesar 111 observasi data penelitian yang siap untuk diuji.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2019:160) Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah ada pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen atau pun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2019:134) Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual (error) untuk semua pengamatan. Dalam model regresi

linear klasik, salah satu asumsi penting adalah adanya homoskedastisitas, yaitu kondisi di mana varians residual dari setiap observasi adalah konstan (tetap). Jika varians residual tidak konstan atau berubah-ubah (tidak sama), maka disebut terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2019:92) multikolinearitas merupakan suatu kondisi dalam model regresi linear di mana terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen (variabel bebas) di dalam model. Multikolinearitas menjadi masalah penting karena dapat menyebabkan model regresi sulit untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen secara tepat terhadap variabel dependen.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen yang digunakan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Hipotesis pertama (H₁), Hipotesis kedua (H₂), dan Hipotesis ketiga (H₃) dan Hipotesis keempat (H₄) dianalisis dengan regresi linear berganda untuk melihat pengaruh masing-masing variabel yaitu KI, DER, Ln (total aset) dan SG secara individu terhadap PBV.

Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Menurut Imam Ghozali (2019:99) "Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2019:97) menyebutkan bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur kemampuan model menjelaskan variasi variabel bebas. Nilai koefisien determinasi terletak diantara nol dan satu. Apabila nilai *Adjusted R²* kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai *Adjusted R²* mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Selain itu, *Adjusted R²* memperbaiki kelemahan R² dengan mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam model, sehingga memberikan hasil yang lebih akurat untuk model yang memiliki jumlah variabel independen berbeda.

3. Hasil Penelitian

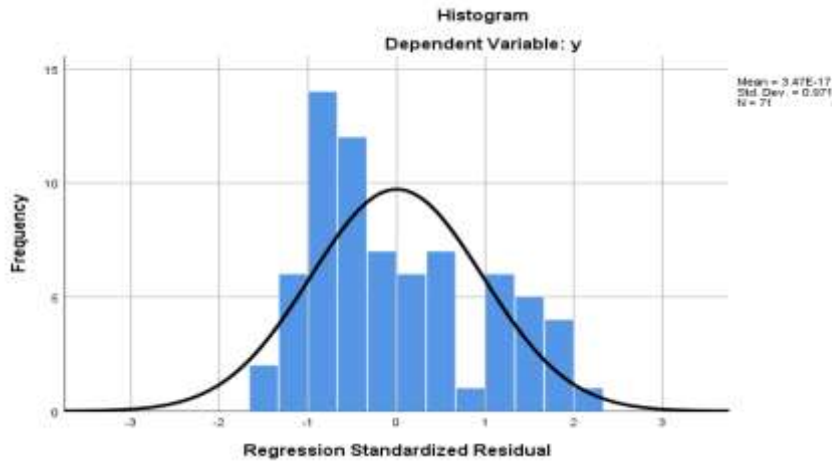
Uji Normalitas

Tabel 3.1 One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31940366
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.131
	Negative	-.085
Test Statistic		.131
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.160
Point Probability		.000

Sumber: Output SPSS 26, 2026

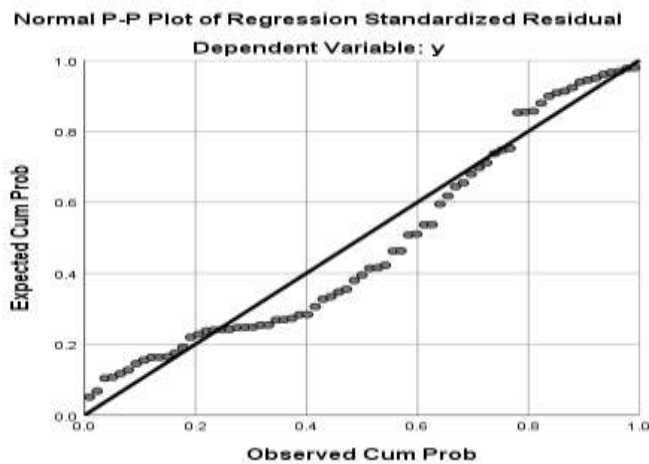
Berdasarkan tabel 3.1 di atas menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,004 (<0,05). Oleh karena itu, peneliti menggunakan *Exact Sig. (2-tailed)*, yang menghasilkan nilai sebesar 0,160 (>0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.



Sumber: Output SPSS 26, 2026

Gambar 3.1 Hasil Uji Histogram

Uji normalitas yang dihasilkan melalui grafik histogram menunjukkan penyebaran data membentuk suatu pola (lonceng) dan tidak membentuk kecondongan ke kiri ataupun ke kanan. Hal ini berarti bahwa data pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.

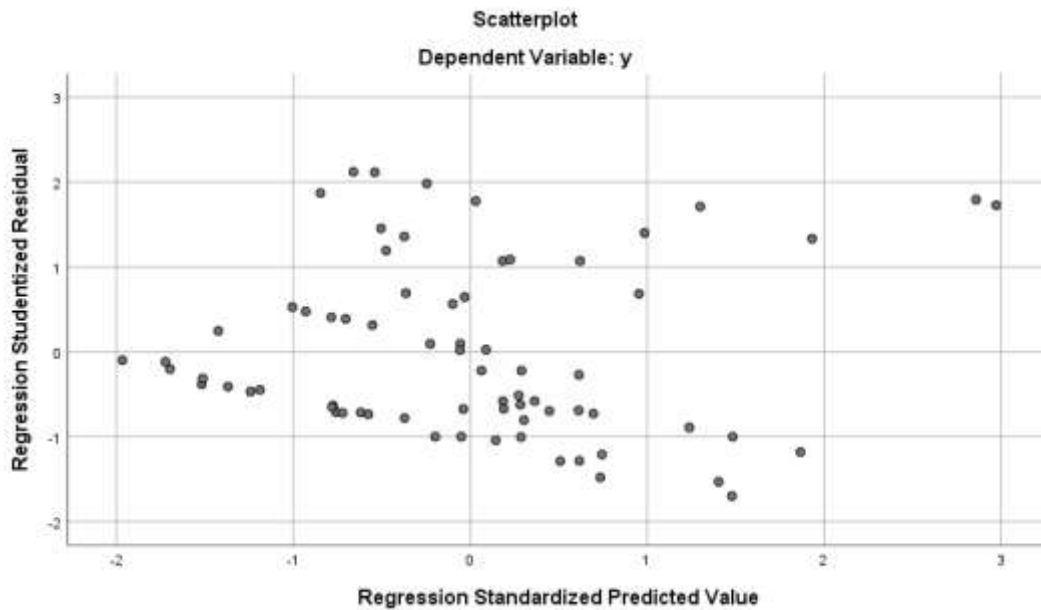


Sumber: Output SPSS 26, 2026

Gambar 3.2 Grafik *Probability Plot*

Pada gambar 3.2 dapat dilihat bahwa titik-titik (data) menyebar dan mengikuti garis diagonal. Hal ini berarti bahwa data pada penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 26, 2026

Gambar 3.3 Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*

Berdasarkan gambar 3.3 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 3.2 Uji Heteroskedastisitas menggunakan Uji White

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.186	.333	1.54789

a. Predictors: (Constant), x1_x2_x3_x4, u2_x2, x3, x2, u2_x1, x4, u2_x4, x1, u2_x3

Sumber: Output SPSS 26, 2026

Xhitung = $n \times R$ Square
 N = 71
 R Square = 0,186
 Xhitung = 13,206
 Xtabel = df = 0.05
 Variabel = 9
 Nilai = 16,919

Nilai Xhitung < Xtabel (13,206 < 16,919) maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3.3 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	x1	.972	1.029
	x2	.972	1.029
	x3	.942	1.061
	x4	.943	1.061

a. Dependent Variable: y

Sumber: Output SPSS 26, 2026

Berdasarkan tabel 3.3 pengujian setelah transformasi data, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian tidak mengalami multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat pada tabel dimana semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF < 10.

Uji Autokorelasi

Tabel 3.4 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.402 ^a	.162	.111	1.35880	1.270
a. Predictors: (Constant), x4, x2, x1, x3					
b. Dependent Variable: y					

Sumber: Output SPSS 26, 2026

Dari tabel pengolahan data, didapatkan hasil statistik dari Durbin-Watson (DW) yaitu 1.270. Pengujian yang dilakukan menerapkan nilai DW yang memiliki ketentuan nilai $-2 < DW < +2$. Hasil DW dalam penelitian ini berada diantara $-2 < 1,270 < +2$. Sehingga, peneliti menyimpulkan tidak ditemukan adanya autokorelasi pada model regresi.

Regresi Linear Berganda

Tabel 3.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.851	3.281	
	x1	-.715	.573	-.143
	x2	.459	.393	.133
	x3	-.159	.121	-.153
	x4	3.980	1.646	.281
a. Dependent Variable: y				

Sumber: Output SPSS 26, 2026

Berdasarkan tabel 3.5 di atas, pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$PBV = 5,851 - 0,715 KI + 0,459 DER - 0,159 LnTA + 3,980 SG$$

Penjelasan persamaan regresi linear yang diperoleh sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 5,851 menyatakan bahwa jika struktur kepemilikan bernilai nol (KI=0), struktur modal bernilai nol (DER=0), ukuran perusahaan bernilai nol (LnTA=0), dan *sales growth* bernilai nol (SG=0) maka nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia akan menjadi sebesar 5,851 satuan.
2. Koefisien regresi (b_1) yaitu struktur kepemilikan (KI) mempunyai koefisien regresi sebesar -0,715 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% struktur kepemilikan (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka menurunkan nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 71,5%. Namun, sebaliknya jika struktur kepemilikan naik 1% (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan menurunkan nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 71,5%.
3. Koefisien regresi (b_2) yaitu struktur modal (DER) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,459 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% struktur modal (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan meningkatkan nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 45,9%. Namun, sebaliknya jika struktur modal turun 1% (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan menurunkan nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 45,9%.
4. Koefisien regresi (b_3) yaitu ukuran perusahaan (LnTA) mempunyai koefisien regresi sebesar -0,159 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% ukuran perusahaan (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan menurunkan nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 15,9%. Namun, sebaliknya jika variabel ukuran perusahaan turun 1% (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan meningkatkan nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 15,9%.
5. Koefisien regresi (b_4) yaitu *sales growth* (SG) mempunyai koefisien regresi sebesar 3,980 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% *sales growth* (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak

berubah) maka akan meningkatkan nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 398%. Namun, sebaliknya jika *sales growth* turun 1% (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan menurunkan nilai perusahaan dari Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 398%.

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Tabel 3.6 Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.783	.079
	KI	-1.248	.216
	DER	1.167	.247
	Ln (TA)	-1.320	.191
	SG	2.418	.018

a. Dependent Variable: y

Sumber: Output SPSS 26, 2026

1. Struktur kepemilikan yang diukur dengan KI memiliki nilai signifikansi sebesar 0,216 > 0,05 artinya tidak signifikan, sedangkan nilai t_{hitung} diperoleh sebesar -1,248 < dari nilai t_{tabel} sebesar 1.99656. Hasil ini berarti H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya struktur kepemilikan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Struktur modal yang diukur dengan DER memiliki nilai signifikansi sebesar 0,247 > 0,05 artinya tidak signifikan, sedangkan nilai t_{hitung} diperoleh sebesar -1,167 < dari nilai t_{tabel} sebesar 1.99656. Hasil ini berarti H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Ukuran perusahaan yang diukur dengan LnTA memiliki nilai signifikansi sebesar 0,191 > 0,05 artinya tidak signifikan, sedangkan nilai t_{hitung} diperoleh sebesar -1,320 < dari nilai t_{tabel} sebesar 1.99656. Hasil ini berarti H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. *Sales Growth* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,018 < 0,05 artinya signifikan, sedangkan nilai t_{hitung} diperoleh 2,418 > dari nilai t_{tabel} sebesar 1.99656. Hasil ini berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya *Sales Growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 3.7 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.523	4	5.881	3.185	.019 ^b
	Residual	121.858	66	1.846		
	Total	145.380	70			

a. Dependent Variable: y
 b. Predictors: (Constant), x4, x2, x1, x3

Sumber: Output SPSS 26, 2026

Dari uji ANOVA (*Analysis of Varians*) atau uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 3,185 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,51. Dengan df pembilang = 4, dan df penyebut = 66 dan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan demikian maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan dan *sales growth* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 4.14 di atas dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari taraf yang ditentukan $\alpha = 0,05$, yang berarti bahwa struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan dan *sales growth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.402 ^a	.162	.111	1.35880
a. Predictors: (Constant), x4, x2, x1, x3				
b. Dependent Variable: y				

Sumber: Output SPSS 26, 2026

Berdasarkan data pada tabel 3.8 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*adjusted R*²) yang diperoleh 0,111. Hal ini menunjukkan bahwa variabel struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan dan *sales growth* mampu menjelaskan nilai perusahaan sebesar 11,1% sedangkan sisanya 88,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial struktur kepemilikan, struktur modal, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, sales growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, struktur kepemilikan, struktur modal, ukuran perusahaan, dan sales growth berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti likuiditas, aktivitas, dan profitabilitas, serta memperluas periode dan objek penelitian agar hasil lebih komprehensif. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dengan memperhatikan indikator pertumbuhan penjualan dan faktor internal perusahaan. Bagi perusahaan, disarankan untuk lebih fokus pada peningkatan sales growth serta pengelolaan faktor internal secara optimal guna meningkatkan nilai perusahaan.

Referensi

1. Adnyani, dkk. 2020. "The Effect of Company Sizes, Sales Growth, and Profitability On Firm Value". American Journal of Humanities and Social Sciences Research, Volume 4, e- ISSN: 2378-703X.
2. Akbar, A., & Fahmi, I. (2020). *Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
3. Amro, P. Z. N., Asyik, N. F. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan, 10 (7), 1-20
4. Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
5. Hanantjo, A. (2024). Struktur Modal dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 14(2), 99–113.
6. Joninho A dan Deasy AR. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Non Keuangan di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. P-ISSN: 1410 ± 9875 Vol. 21, No. 1a-2, Nov 2019, Hlm. 153-162 E-ISSN: 2656 ± 9124 Akreditasi Sinta3 SK No. 23/E/KPT/2019 <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
7. Gz, A. A., Lisiantara, G. A. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, 6 (4) 3974-3987
8. Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
9. Meivia. (2019). *Valuasi Saham dan Rasio Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
10. Muchlisin, Riadi. 2020. *Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria dan Indikator)* | Sabtu, 26/1/2022 15:20 WITA.
11. Ni Kadek, dkk. 2021. *Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, kebijakan dividen, akuntansi lingkungan, leverage, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan*. *Jurnal Kharisma* Vol. 3 No.1: 52-62.
12. Ovami, D. C., Nasution, A. A. 2020. Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks LQ45. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi 4 (2), 331-336.
13. Rachmah, A dan Iswara, U.S. 2023. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2). 1111-1112. <https://doi.org/10.25105/jet.v4i2.21012>.
14. Safitri, Y. (2020). Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 4–9.
15. Silvia. (2022). Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Property. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 7(2), 176-187.
16. Sri, et al. (2018). *Manajemen keuangan* (Edisi Revisi). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
17. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
18. Tsaqif, B. M., & Agustiningih, W. (2021). Pengaruh Financial Distress dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 2(1), 53. <https://doi.org/10.24853/jago.2.1.53-65>.
19. Umdiana, A., & Claudia, V. (2020). Trade Off Theory dalam Praktik Manajemen Keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 8(1), 50–55.
20. Yanti, S. (2020). Nilai Perusahaan dan Strategi Bisnis. *Jurnal Strategi dan Keuangan*, 10(3), 315–324.
21. Yuniari, et al. (2021). Penilaian Nilai Perusahaan Berdasarkan Rasio Keuangan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 9(2), 192–198.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.8334>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)