

BAB I

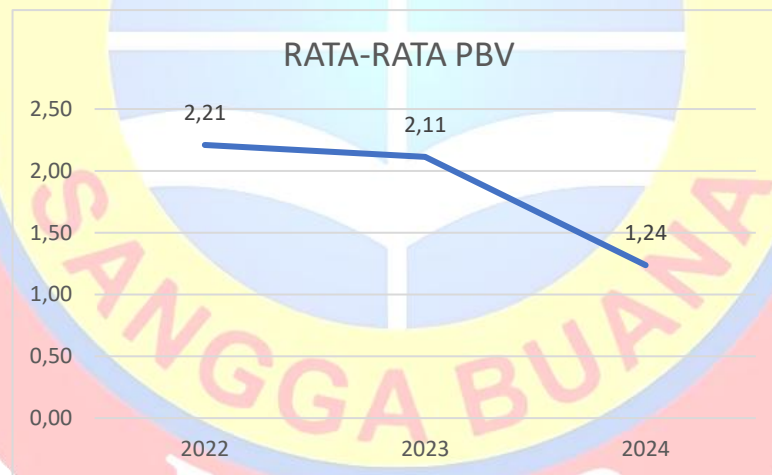
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja dan pertumbuhan perusahaan agar mampu bertahan dan bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat. Salah satu indikator penting yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan adalah nilai perusahaan, karena nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi pula kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham sebagai tujuan utama jangka panjang perusahaan (P. N. Anggraini & Ridwan, 2024).

Menurut Ryando, (2022) nilai perusahaan umumnya dikaitkan dengan harga saham, dimana semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Salah satu alat ukur yang umum digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV), yaitu rasio yang membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan. Semakin tinggi PBV suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kemakmuran yang dirasakan oleh para pemegang saham.

Sub-sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. Tingginya konsumsi masyarakat terhadap produk makanan dan minuman menjadikan sektor ini memiliki tingkat permintaan yang relatif stabil dan menarik bagi para investor. Namun, pada periode 2022-2024, sektor ini menghadapi berbagai tantangan yang cukup berat, seperti kenaikan harga bahan baku, tekanan inflasi, perubahan daya beli masyarakat, serta ketidakpastian ekonomi global. Kondisi tersebut berdampak langsung pada melemahnya kinerja keuangan dan pertumbuhan perusahaan (Elvira Juniarti Putri et al., 2023). Hal ini tercermin dari rata-rata nilai PBV pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang mengalami tren penurunan selama periode 2022-2024.



Gambar 1.1 Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024

Sumber : Bursa Efek Indonesia, data diolah (2026)

Berdasarkan Gambar 1.1, rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman mengalami tren penurunan selama periode 2022-2024. Pada tahun 2022 hingga 2023, PBV tercatat turun sebesar 0,10. Penurunan ini

diakibatkan oleh melemahnya kinerja keuangan dan menurunnya pertumbuhan perusahaan serta tekanan dari kondisi ekonomi yang kurang kondusif seperti inflasi dan menurunnya daya beli masyarakat. Selanjutnya, pada periode 2023 hingga 2024, PBV kembali mengalami penurunan sebesar 0,87. Penurunan ini diakibatkan oleh semakin melemahnya kinerja keuangan dan adanya tekanan dari sisi biaya produksi dan kondisi pasar yang masih belum sepenuhnya stabil (Zulfaldi & Sulhan, 2023).

Penurunan nilai perusahaan tersebut tidak terlepas dari pengaruh berbagai faktor keuangan, salah satunya yaitu profitabilitas yang di proksikan dengan *Return on Assets* (ROA). ROA mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA, maka semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba, sehingga akan memperkuat kepercayaan investor dan mendorong peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya ROA yang rendah dapat menunjukkan inefisiensi operasional, yang dapat mengurangi kepercayaan pasar terhadap perusahaan (Zurriah, 2021).

Menurut Kasmir, (2019:157) selain profitabilitas, struktur modal yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi nilai perusahaan. DER merupakan rasio yang mengukur perbandingan antara total utang dengan total ekuitas perusahaan, sehingga mencerminkan seberapa besar tingkat penggunaan utang oleh perusahaan dibandingkan dengan modal sendiri yang dimiliki. DER yang berada pada tingkat optimal dapat meningkatkan kepercayaan investor karena menunjukkan

kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan utang secara produktif untuk mendukung pertumbuhan. Namun, apabila DER terlalu tinggi, maka risiko keuangan perusahaan akan meningkat dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan (*sales growth*). *Sales growth* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatannya dari waktu ke waktu. *Sales growth* yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki tingkat permintaan yang baik dan daya saing yang kuat, sehingga berpotensi meningkatkan laba dan mendorong pembayaran dividen yang lebih tinggi, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Putri & Noor, 2022).

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) yang membedakan dengan penelitian terdahulu melalui empat aspek utama. Pertama, penelitian ini menggunakan tahun pengamatan terbaru, yaitu periode 2022-2024. Periode ini sangat penting diteliti karena untuk melihat bagaimana perusahaan makanan dan minuman bertahan dan beradaptasi pasca-pandemi COVID-19 mereda. Kedua, adanya fenomena nyata di lapangan di mana nilai perusahaan cenderung terus menurun secara konsisten pasca-pandemi. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti karena biasanya saham sektor makanan dan minuman cenderung stabil. Ketiga, Penelitian ini menggabungkan variabel ROA, DER, dan *Sales Growth* secara bersamaan. Kombinasi ini sengaja dipilih untuk melihat kondisi keuangan perusahaan dari tiga sudut pandang sekaligus, yaitu tingkat keuntungan (ROA), jumlah utang (DER), dan pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*). Keempat, penelitian ini tidak hanya

melihat angka statistik, tetapi juga menghubungkan kondisi ekonomi nyata pada periode 2022-2024 sebagai latar belakang. Kondisi seperti kenaikan harga bahan baku, inflasi, dan penurunan daya beli masyarakat dijelaskan sebagai alasan utama mengapa angka ROA bisa menurun, DER meningkat, dan pertumbuhan penjualan menjadi melambat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Return on Assets*, *Debt to Equity Ratio* dan *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2024)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman mengalami tren penurunan selama periode 2022-2024.
2. Pada periode 2022-2024, sub-sektor makanan dan minuman mengalami tantangan seperti kenaikan harga bahan baku, inflasi, perubahan daya beli masyarakat, serta ketidakpastian ekonomi global yang berdampak pada kinerja keuangan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?
2. Bagaimana pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?
3. Bagaimana pengaruh *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?
4. Bagaimana pengaruh *Return on Assets* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Sales Growth* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?

Penelitian terhadap data panel (*time series*) tahun 2022-2024. karena tahun 2022-2024 merupakan data terbaru pasca-pandemi. selain itu, tiga tahun penelitian sudah cukup untuk menggambarkan tren dan pola pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang akurat mengenai perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, kemudian akan diolah dan dianalisis secara sistematis sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Melalui proses tersebut, penelitian ini juga bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Return on Assets* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV), sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang valid. Selain itu, penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Strata 1 (S1) pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP, dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu akuntansi dan keuangan.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Return on Assets* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Sales growth* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi keuangan dengan mengkaji pengaruh *Return on Assets*, *Debt to Equity Ratio*, dan *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV), sehingga dapat menambah pemahaman mengenai hubungan antara kinerja keuangan, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan terhadap persepsi pasar. selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memperkuat teori yang sudah ada, seperti teori sinyal (*signaling theory*), melalui penyediaan hasil penelitian yang relevan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji topik serupa, baik dengan variabel yang sama maupun pengembangan variabel lain, sehingga turut mendorong pengayaan literatur dan perkembangan penelitian di bidang akuntansi dan keuangan secara lebih komprehensif.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, terutama perusahaan dan investor. Bagi perusahaan, penelitian ini dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja keuangan, khususnya dalam mengelola profitabilitas, struktur modal, serta pertumbuhan penjualan. Dengan memahami pengaruh *Return on Assets*, *Debt to Equity Ratio*, dan *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan, manajemen diharapkan mampu merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Bagi investor, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan investasi, terutama dalam menganalisis kondisi keuangan perusahaan sebelum melakukan penanaman modal. Informasi mengenai ROA, DER, dan *Sales Growth* dapat membantu investor dalam menilai tingkat risiko dan potensi keuntungan dari suatu perusahaan, sehingga keputusan investasi yang diambil menjadi lebih rasional dan tepat.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti lain sebagai bahan referensi tambahan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat

digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam praktik bisnis maupun pengembangan kajian di bidang keuangan dan investasi.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

1.6.1 Landasan Teori

Signaling Theory

Teori sinyal (*signaling theory*) merupakan kerangka yang menjelaskan bagaimana perusahaan menyampaikan pesan atau isyarat kepada investor untuk mengurangi asimetri informasi, di mana manajemen memiliki data lebih lengkap daripada pihak eksternal. Sinyal ini bisa berupa positif seperti langkah strategis manajemen untuk mencapai tujuan pemilik, atau negatif yang disampaikan melalui laporan keuangan, promosi, atau data kompetitif. Investor menafsirkan sinyal tersebut untuk menyesuaikan persepsi dan keputusan investasi mereka, sehingga membantu menilai kondisi sebenarnya perusahaan dibandingkan pesaingnya (Cahyani & Rahayu, 2021).

Teori sinyal digunakan dalam penelitian ini karena variabel *Return on Assets* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Sales Growth* merupakan informasi penting yang menjadi sinyal bagi investor dalam menilai perusahaan. Perusahaan memiliki informasi lebih lengkap dibandingkan investor (asimetri informasi) oleh karena itu, perusahaan memberikan sinyal melalui laporan keuangan agar investor dapat menilai kondisi perusahaan.

Menurut Zurriah, (2022) *Return on Assets* (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA menunjukkan kinerja perusahaan semakin efisien dalam menghasilkan laba dan dianggap sebagai sinyal positif bagi investor karena perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan. ROA yang rendah mengindikasikan inefisiensi operasional yang dapat mengurangi kepercayaan investor dan dapat menurunkan nilai perusahaan. Standar ROA yaitu ($\geq 5\%$). Karena, ROA yang tinggi menunjukkan bahwa semakin efisien aset bekerja untuk menghasilkan laba, sehingga daya tarik investor meningkat meningkatkan nilai perusahaan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur ROA yaitu membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan total aset, seperti berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

Debt to Equity Ratio (DER) digunakan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan membiayai operasionalnya melalui utang atau dana yang berasal dari kreditur dibandingkan dengan dana equitasnya. DER yang optimal menjadi sinyal positif bahwa perusahaan mampu mengelola utangnya dengan produktif sehingga dapat memperkuat kepercayaan investor sekaligus mendorong peningkatan nilai perusahaan. Namun, DER yang tinggi dapat meningkatkan risiko gagal bayar jika perusahaan tidak memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan menjadi sinyal negatif yang dapat menurunkan kepercayaan investor sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Standar DER harus

seminimal mungkin atau tidak melebihi total modal ($DER < 1,00$). Karena, jika DER terlalu tinggi melebihi modal sendiri, risiko kebangkrutan akan meningkat dan menurunkan nilai perusahaan (Bitasari et al., 2024). Indikator yang digunakan untuk mengukur DER yaitu membandingkan total utang dengan total ekuitas, seperti berikut:

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

Sales Growth atau pertumbuhan penjualan, mengacu pada peningkatan pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk atau jasa dalam periode waktu tertentu. Pertumbuhan ini mencerminkan hasil langsung dari aktivitas inti perusahaan dalam menciptakan nilai dan meningkatkan pangsa pasar. *Sales growth* sering digunakan sebagai indikator kesehatan perusahaan karena menunjukkan seberapa banyak perusahaan mampu menarik pelanggan atau meningkatkan pembelian dari pelanggan yang ada. *Sales growth* yang tinggi menunjukkan adanya peningkatan kinerja perusahaan yang memberikan sinyal positif bagi investor dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, *sales growth* yang menurun menjadi sinyal negatif karena menurunnya daya beli masyarakat sehingga dapat menurunkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Standar *sales growth* harus bernilai positif atau ($> 0\%$). Artinya, penjualan harus selalu tumbuh dari tahun ke tahun, bukan menurun (Dianissa & Asmara, 2025). Indikator yang digunakan untuk

mengukur *sales growth* yaitu dengan membandingkan penjualan tahun ini dengan penjualan tahun sebelumnya seperti berikut:

$$Sales\ Growth = \frac{Sales_t - Sales_{t-1}}{Sales_{t-1}} \times 100\%$$

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yaitu membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi PBV menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang tinggi terhadap perusahaan, sehingga mencerminkan prospek yang baik di masa depan (Rahmawati et al., 2025). Indikator untuk mengukur nilai perusahaan yaitu:

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

1.6.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh *Return on Assets* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman.

Table 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1.	(Laily & Kurnia, 2021)	Pengaruh ukuran perusahaan, <i>Sales Growth</i> dan <i>Return on Assets</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada	<i>Sales growth</i> tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan <i>Return on</i>

		Perusahaan <i>Food & Beverage</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021	<i>Assets</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2.	Sofiani & Siregar (2022)	Analisis Pengaruh ROA, CR dan DAR terhadap Nilai Perusahaan Sektor makanan dan Minuman Periode 2015-2020	ROA berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap nilai perusahaan.
3.	Sulastiningsih et al., (2022)	Pengaruh DER (<i>Debt to Equity Ratio</i>), Profitabilitas dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020	Secara parsial DER (<i>Debt to Equity Ratio</i>) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4.	(Putri & Noor, 2022)	Pengaruh <i>Earning Per Share</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan <i>Sales Growth</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020	Sales growth berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
5.	Elvira Juniarti Putri et,al (2023)	Pengaruh <i>Return on Assets</i> (ROA), <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) dan TATO Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa	<i>Return on Assets</i> (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

		Efek Indonesia Periode 2017-2021	
--	--	-------------------------------------	--

Sumber : Data diolah, 2026

1.6.3 Kerangka Pemikiran

Signaling theory yang dikemukakan oleh Spence (1973) menjelaskan bahwa manajemen perusahaan sebagai pihak yang memiliki informasi lebih lengkap yang akan menyampaikan sinyal kepada investor melalui laporan keuangan. Dalam konteks ini, *Return on Assets* (ROA) berperan sebagai sinyal yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya. Semakin tinggi nilai ROA yang dihasilkan, semakin kuat pula sinyal positif yang diterima pasar bahwa perusahaan dikelola dengan efisien dan memiliki tingkat profitabilitas yang baik. Sinyal positif ini akan mendorong kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya, sehingga permintaan terhadap saham meningkat dan pada akhirnya mendorong kenaikan harga saham perusahaan.

Struktur modal yang digunakan perusahaan juga merupakan bentuk sinyal yang dapat diinterpretasikan oleh investor di pasar modal. DER mencerminkan sejauh mana perusahaan mengandalkan utang dibandingkan modal sendiri dalam membiayai operasionalnya. Tingginya nilai DER memberikan sinyal negatif kepada investor bahwa perusahaan memiliki beban kewajiban finansial yang besar, sehingga risiko gagal bayar semakin meningkat. Kondisi ini menciptakan persepsi negatif di kalangan investor yang kemudian mendorong penurunan minat investasi terhadap saham perusahaan. Akibatnya,

tekanan jual di pasar meningkat dan harga saham cenderung mengalami penurunan seiring dengan melemahnya kepercayaan investor.

Sales growth atau pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya dari waktu ke waktu. Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi diinterpretasikan oleh pasar sebagai sinyal positif atas prospek bisnis perusahaan di masa mendatang. Sinyal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu bersaing secara kompetitif, memperluas pangsa pasar, serta memiliki potensi peningkatan pendapatan yang berkelanjutan. Investor yang menerima sinyal positif ini akan merespon dengan meningkatkan ekspektasi terhadap kinerja perusahaan di masa depan, sehingga mendorong peningkatan permintaan atas saham perusahaan. Pada akhirnya, hal tersebut berdampak pada kenaikan harga saham sebagai cerminan dari optimisme pasar terhadap pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan.

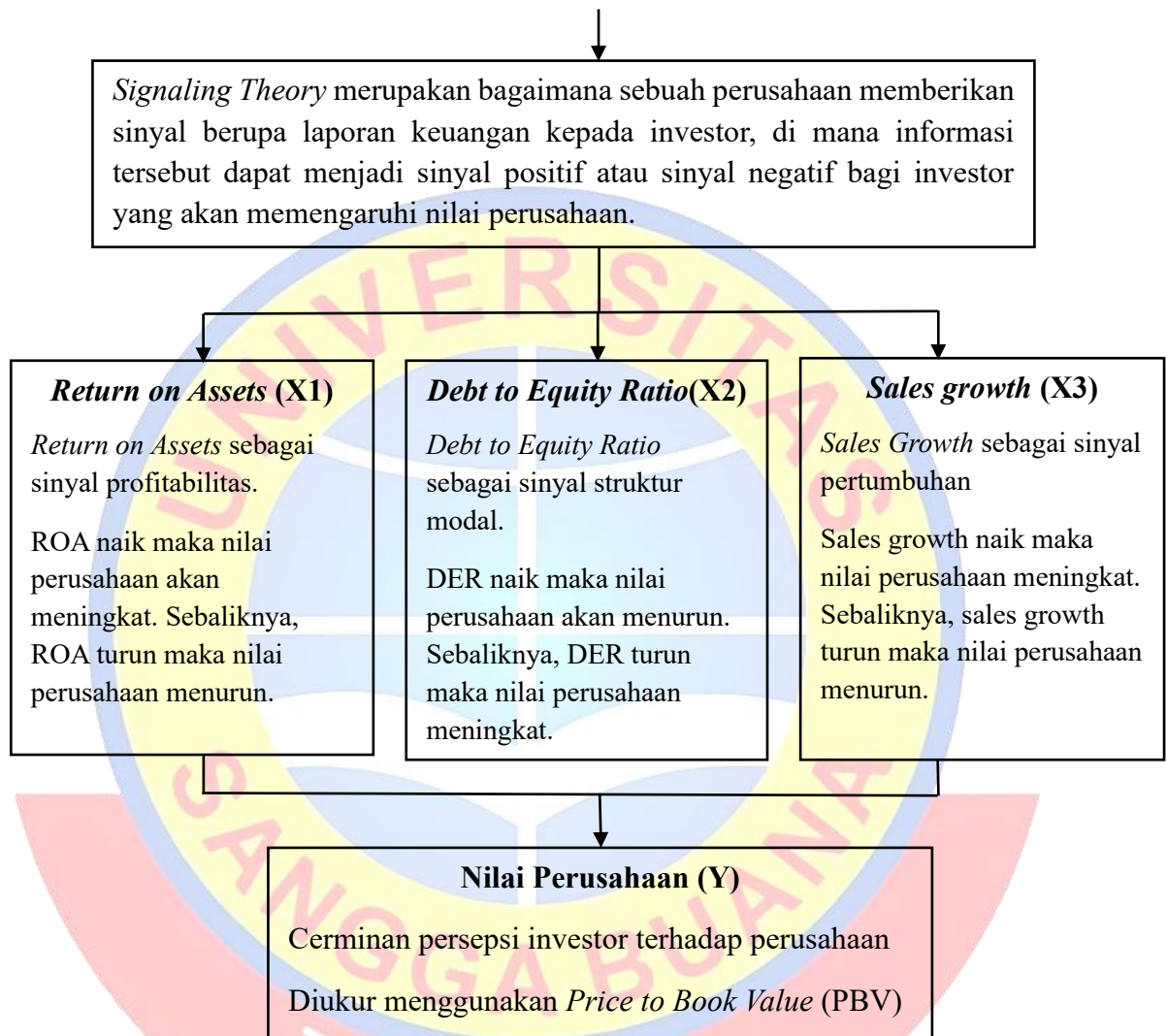
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2022-2024



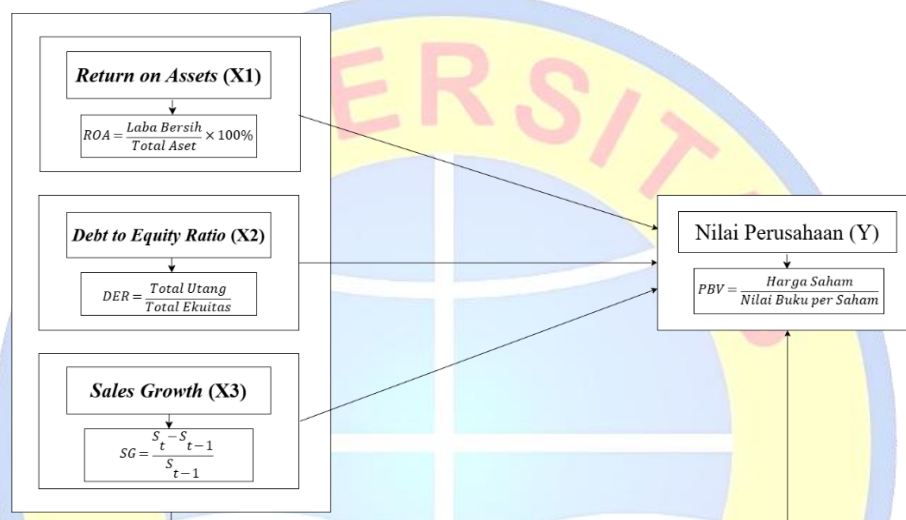
Fenomena:

1. Terjadinya tren penurunan nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman periode 2022-2024
2. Penurunan nilai perusahaan diduga dipicu oleh kenaikan harga bahan baku, tekanan inflasi, perubahan daya beli masyarakat, serta ketidakpastian ekonomi global
3. *Return on Assets* (ROA) yang cenderung menurun, *Debt to Equity Ratio* (DER) meningkat, dan *Sales Growth* yang melemah, diduga menjadi sinyal kuat yang mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori di atas, kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut:



Gambar 1.3 Paradigma Penelitian

1.6.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono, (2020:99) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Berdasarkan teori yang menjadi dasar, kerangka pemikiran, serta penelitian sebelumnya, hipotesis

penelitian ini menyatakan bahwa variabel *Return on Assets* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Sales Growth* berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap nilai perusahaan.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini memfokuskan analisis pada perusahaan yang bergerak di sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan *annual report* yang diambil langsung dari website resmi BEI di www.idx.co.id, mencakup periode tahun 2022 hingga tahun 2024. Untuk mengoptimalkan analisis, keseluruhan tahapan penelitian ini dijalankan mulai dari Maret 2026 dan berakhir Juli 2026.

