

Pengaruh NPM, *Market Share*, TATO terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Plastik dan Kemasan

Wulandari¹, Carmidah², Esty Apridasari³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Islam, Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung, Lampung, Indonesia

Email: ¹wd455323@gmail.com, ²carmidah@metrouniv.ac.id, ³estyapridasari27@gmail.com

Abstract

A company's value, which reflects its condition and performance, serves as a competitive element in attracting investors. Therefore, companies are required to continuously improve their net profit margin, expand their market reach, and maximize the effectiveness of asset utilization to increase company value. This research aims to explore the influence of net profit margin, market share, and total asset turnover on company value. The approach used is a quantitative method, focusing on the plastics and packaging industry subsector listed on the Indonesia Stock Exchange. Of the 14 companies included in the population, 12 companies were selected for the 2021–2024 period using purposive sampling. Data processing was carried out using panel data through Eviews 12 software. The research findings show that net profit margin has a significant impact on company value. Meanwhile, market share and total asset turnover did not show a significant effect. Thus, it can be confirmed that net profit margin plays a more dominant role in determining company value than the other two variables. These results emphasize that companies in the plastics and packaging subsector should focus their strategies on increasing profits, as a means of strengthening investor interest while maintaining the sustainability of company value in the capital market.

Keywords: Net Profit Margin, Market Share, Total Asset Turnover, Company Value.

Abstrak

Nilai suatu perusahaan, yang memperlihatkan keadaan serta hasil kinerjanya, berperan sebagai elemen kompetitif dalam menarik perhatian investor. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus memperbaiki *net profit margin*, memperluas jangkauan pasar, serta memaksimalkan efektivitas pemanfaatan aset guna meningkatkan nilai perusahaan. Riset ini diarahkan untuk menelusuri pengaruh *net profit margin*, *market share*, serta *total assets turnover* terhadap nilai suatu perusahaan. Pendekatan yang digunakan ialah metode kuantitatif dengan fokus pada subsektor industri plastik dan kemasan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Dari total 14 perusahaan yang termasuk dalam populasi, sebanyak 12 perusahaan pada periode 2021–2024 dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Olah data dilaksanakan dengan memanfaatkan data panel melalui perangkat lunak Eviews 12. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa *net profit margin* terbukti memberi pengaruh nyata terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *market share* maupun *total asset turnover* tidak menunjukkan pengaruh berarti. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa *net profit margin* memiliki peran lebih dominan dalam menentukan nilai perusahaan dibandingkan dua variabel lainnya. Hasil ini memberi penekanan bagi perusahaan subsektor plastik dan kemasan agar memusatkan strategi pada peningkatan keuntungan, sebagai sarana memperkuat minat investor sekaligus menjaga keberlanjutan nilai perusahaan di pasar modal.

Kata Kunci: Net Profit Margin, Market Share, Total Asset Turnover, Nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Kegiatan penanaman modal dewasa ini kian digemari oleh para pelaku usaha, sebab peluang yang ditawarkan dianggap amat memberikan harapan dalam meraih laba di masa mendatang. Oleh karena itu, keberadaan nilai perusahaan dipandang krusial sebagai cerminan keadaan internal perusahaan yang mampu memengaruhi persepsi penanam modal terhadap entitas tersebut. Setiap pemilik usaha pun diupayakan menampilkan capaian kinerja yang optimal agar pihak calon penanam modal terdorong untuk menyalurkan dana investasinya [1]. Pentingnya reputasi perusahaan dalam memikat penanam modal tercermin melalui beragam langkah siasat penanaman dana yang dijalankan di ranah industri, termasuk pada bidang plastik dan pengemasan di tanah air. Salah satu entitas pengemasan plastik terbesar di kawasan Asia Pasifik yang berasal dari Malaysia telah menegaskan tekad untuk menanam modal di Indonesia, tepatnya pada PT Kawasan Industri Terpadu di wilayah Jawa Tengah. Nilai awal penanaman modal tersebut diperkirakan mencapai kurang lebih US\$ 7 juta atau setara dengan Rp115 miliar. Direktur Utama Thong Guan bersama Dato' Ang Poon Chuan menyampaikan keinginan perusahaannya untuk menanamkan investasi di Indonesia. Dorongan tersebut muncul karena pasar nasional dipandang sebagai rekan strategis yang mampu mendukung sekaligus memperluas jaringan usaha di tingkat global. Indonesia sendiri dianggap memiliki posisi penting karena termasuk dalam jajaran pangsa pasar terbesar di dunia. Kehadiran investasi ini diharapkan dapat memperkuat peran sektor industri yang berbasis teknologi modern sekaligus berorientasi pada kelestarian lingkungan [2]. Peristiwa penanaman modal luar negeri tersebut selaras dengan catatan sumbangsih bidang plastik dan pembungkus terhadap laju perekonomian nasional yang memperlihatkan arah peningkatan. Dari sisi hilir, Indonesian Packaging Federation menyatakan bahwa ranah kemasan plastik telah memberikan andil sebesar 18% terhadap perkembangan industri sepanjang tahun 2022. Walaupun demikian, peningkatan tersebut mesti tetap menimbang beragam hal, misalnya pembaruan teknologi, keterhubungan, serta kerja sama yang mampu menggerakkan industri plastik agar keluar dari pola ekonomi linier yang sebelumnya diberlakukan. Nilai kapitalisasi pasar dipandang krusial bagi perseroan terbuka sebab mencerminkan keseluruhan harga usaha. Semakin tinggi penghargaan suatu perseroan, semakin meningkat pula nilai pasarnya [3]. Oleh karena itu, petunjuk finansial semacam kapitalisasi pasar serta nilai perusahaan dijadikan rujukan pokok oleh pemodal ketika menimbang arah perkembangan bidang usaha ini.

Nilai perusahaan mempunyai unsur yang wajib diperhitungkan oleh pelaku usaha, sebab dapat dijadikan gambaran keadaan usaha sekaligus memberi peluang keuntungan bagi pemodal [4]. Untuk menelaah kecenderungan penilaian pemodal pada periode lampau maupun harapan di periode mendatang, ukuran yang dipakai pada nilai perusahaan ialah *Price Book Value* (PBV) [5]. Ukuran PBV inilah yang dijadikan tolok ukur pokok guna menilai apakah performa finansial perusahaan sanggup memperkuat ketertarikan pemodal. Berikut ditampilkan data nilai perusahaan *Price To Book Value* (PBV) pada entitas usaha sub sektor plastik dan kemasan selama periode 2021–2024:

Tabel 1. Nilai Perusahaan *Price To Book Value*

No	Kode	Tahun			
		2021	2022	2023	2024
1	AKPI	447.77	421.65	274.26	176.49
2	APLI	1.21	1.36	2.44	0.39
3	BRNA	1369.08	1457.29	1492.99	49.61
4	ESIP	1.48	0.67	0.57	0.57
5	FPNI	492.00	225.11	209.33	141.81
6	IGAR	0.61	0.57	0.51	0.05
7	IMPC	0.66	7.8	8.46	0.25
8	IPOL	5942.35	5106.35	4587.52	3639.66
9	PBID	355.71	1207.31	944.44	63.34
10	SMKL	2.17	0.92	0.73	0.36
11	YPAS	4.37	3.48	2.22	0.53
12	TALF	0.38	0.34	0.31	0.10

Sumber: <https://www.idx.co.id/id>, diakses 22 Mei, 2025

Merujuk pada Tabel 1 sebelumnya, nilai PBV dari setiap perusahaan yang bergerak di subsektor plastik dan kemasan memperlihatkan kecenderungan penurunan sepanjang kurun 2021–2024. Dari delapan perusahaan yang diamati (AKPI, ESIP, FPNI, IGAR, IPOL, SMKL, YPAS, dan TALF), mayoritas memperlihatkan penurunan nilai, sementara empat perusahaan lainnya (APLI, BRNA, IMPAC, dan PBID) memperlihatkan variasi berupa peningkatan sekaligus penurunan. Fenomena ini menegaskan konsep Price to Book Value (PBV) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai PBV maka semakin positif penilaian pasar terhadap kinerja perusahaan [6]. Misalnya, IPOL mencatat PBV amat tinggi pada 2021 senilai 5942,35, yang menandakan penghargaan besar dari pasar terhadap nilai perusahaan, sedangkan TALF hanya mencatat PBV 0,38 pada periode yang sama, yang mencerminkan kondisi kurang menguntungkan dibandingkan para pesaingnya. Dengan demikian, bila harga saham suatu entitas merosot maka tingkat imbal hasil bagi pemodal turut menyusut, artinya penurunan nilai perusahaan akan menekan return sehingga mengurangi ketertarikan pemodal untuk menanamkan modal [7]. Keadaan ini mempertegas dugaan bahwa aspek-aspek finansial perusahaan memiliki peran krusial dalam membentuk nilai entitas di lantai bursa.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh keberadaan beragam elemen yang meliputi rasio kelancaran, tingkat utang, intensitas aktivitas, serta laba perusahaan sebagai pijakan dalam menentukan keputusan penanaman modal [8]. Di samping itu, unsur mendasar yang terkait dengan tata ekonomi usaha, seperti potensi perluasan, keuntungan, komposisi modal, pertumbuhan pangsa pasar, penguasaan pasar, hingga evaluasi kinerja juga turut menjadi penentu [9]. Dari keseluruhan elemen tersebut, penelitian ini secara khusus menitikberatkan pada *net profit margin*, *market share*, dan *total asset turnover* sebagai variabel pokok yang memengaruhi nilai perusahaan. *Net Profit Margin* adalah komponen yang dapat menentukan nilai perusahaan; menurut riset [10] semakin tinggi *Net Profit Margin*, maka produktivitas kinerja perusahaan meningkat, disertai peningkatan nilai perusahaan, sehingga memperkuat keyakinan penanam modal untuk menyetorkan dananya. Faktor kedua adalah *market share*; ketika volume penjualan lebih besar, maka akan menggambarkan besarnya keuntungan hasil investasi dan memperteguh posisi finansial entitas usaha [11]. Semakin besar *market share*, semakin kokoh kekuatan usaha dan semakin tinggi pula nilai perusahaan [12]. *Total asset turnover* menjadi unsur ketiga yang berperan dalam membentuk nilai perusahaan; semakin tinggi perputaran total aset, semakin baik pula nilai perusahaan. Artinya, makin cepat rotasi aset perusahaan, makin efisien penggunaan keseluruhan aktiva dalam mencetak penjualan dan menghasilkan laba [13].

Sejumlah penelitian telah dilakukan guna menelaah nilai suatu perusahaan, namun masih tersisa ruang perbedaan yang tampak dari beragam hasil temuan. Walaupun *net profit margin*, *market share*, dan *total asset turnover* kerap dipandang sebagai unsur yang diyakini mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan, kenyataannya banyak penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa ketiga aspek tersebut tidak selalu memberikan pengaruh. Dengan demikian, meskipun teori menegaskan bahwa faktor-faktor tersebut berperan dalam memperkuat nilai perusahaan, hasil penelitian sebelumnya justru menghadirkan temuan yang saling bertentangan.

Rasio *Net Profit Margin* (NPM) ternyata tidak memberikan pengaruh berarti terhadap nilai suatu perusahaan. Hal ini disebabkan karena ukuran tersebut tidak mampu merefleksikan seberapa besar keuntungan yang benar-benar dapat dinikmati pemegang saham dari hasil investasinya [14] [15] [16]. Akan tetapi, kesimpulan tersebut berlawanan dengan temuan para peneliti lain [17] [18] [19] [20] yang menegaskan bahwa semakin tinggi NPM, semakin besar pula kemungkinan investor memperoleh kesejahteraan finansial karena perusahaan mampu menghasilkan laba secara optimal. Demikian pula, *Market Share* tidak menunjukkan dampak yang jelas terhadap nilai perusahaan. Situasi ini menuntut perusahaan untuk lebih menitikberatkan strategi pada pencapaian keuntungan, sementara faktor lain seperti pertumbuhan pasar justru lebih menentukan tingkat nilai perusahaan [21] [22] [23] [24]. Meski demikian, hal ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya [25] [26] [27] yang berpendapat bahwa pangsa pasar mempunyai keterkaitan erat dengan nilai perusahaan, sebab besarnya *market share* mencerminkan posisi kompetitif perusahaan di industrinya, sehingga dapat memicu terbentuknya strategi yang efektif dalam memperluas maupun mempertahankan pangsa pasar, dimana hasil akhirnya menunjukkan adanya peningkatan pada nilai perusahaan. Namun, rasio *Total Asset Turnover* ternyata tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penyebabnya, tingginya volume penjualan yang diikuti dengan meningkatnya biaya justru mengurangi efektivitas aktivitas penjualan dalam menciptakan laba [28] [29] [30] [31]. Namun, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian lain [32] [33] [34] yang menekankan

bahwa rasio perputaran aset berperan penting bagi peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang dapat mengelola asetnya secara efisien akan memperoleh kepercayaan lebih dari investor; semakin baik efisiensi tersebut, semakin besar pula peluang dana dari investor masuk, dimana kondisi tersebut pada gilirannya menyebabkan peningkatan harga saham sekaligus memperkokoh posisi nilai perusahaan. Dengan latar belakang itu, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji bagaimana *Net Profit Margin*, *Market Share*, serta *Total Asset Turnover* memengaruhi nilai perusahaan pada subsektor industri plastik dan kemasan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia sepanjang tahun 2021–2024.

1.1 *Signalling Theory*

Teori *signaling* diperkenalkan oleh Michael Spence pada tahun 1973, yang menekankan adanya relasi antara pihak manajemen perusahaan sebagai pengirim tanda dan investor sebagai pihak penerima tanda [35]. Harry I. Wolk (2001) menjelaskan bahwa teori ini berupaya menguraikan ketidakseimbangan informasi yang muncul antara pemilik informasi dan pihak pengelola perusahaan [36]. Brigham (1999) menegaskan bahwa laporan keuangan yang disajikan dengan integritas tinggi, sehingga mampu mencerminkan nilai perusahaan, berfungsi sebagai tanda positif bagi investor maupun pihak lain yang berkepentingan. [37]. Dalam penelitian ini, *net profit margin*, *market share*, serta *total asset turnover* dianggap sebagai indikator positif yang menggambarkan tingkat keuntungan bersih, pandangan pasar, dan rasio aktivitas yang secara keseluruhan mencerminkan peningkatan nilai perusahaan seiring dengan bertambahnya laba yang diperoleh.[38].

1.2 *Net Profit Margin*

Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin* atau NPM) berfungsi sebagai indikator yang menunjukkan besarnya keuntungan yang dapat dinikmati pemegang saham dibandingkan dengan total penjualan [39]. Melalui ukuran ini, perusahaan dapat menilai sejauh mana kemampuan mereka dalam menghasilkan laba; apabila terjadi peningkatan, hal tersebut mencerminkan penguatan kinerja keuangan, sedangkan penurunan menandakan perlunya tindakan korektif untuk meniadakan faktor-faktor penyebab melemahnya profitabilitas [40]. Salah satu penyebab utama biasanya berkaitan dengan lambannya laju penjualan, sebab ketika penjualan berhenti bertumbuh atau bahkan mengalami kemerosotan, perusahaan berpotensi mengalami hambatan dalam memperbesar pendapatan serta keuntungan [41]. Apabila rasio NPM menunjukkan angka yang tinggi, maka hal itu mengindikasikan produktivitas perusahaan yang lebih baik, sehingga mendorong kepercayaan investor untuk menyalurkan modalnya [42].

1.3 *Market share*

Pangsa pasar dipahami sebagai ukuran persentase yang memperlihatkan dominasi sebuah perusahaan dalam menguasai pasar tertentu, sekaligus menggambarkan kedudukan perusahaan serta tingkat persaingan yang terjadi. Indikator ini dihitung melalui perbandingan antara volume penjualan perusahaan dengan keseluruhan penjualan industri. Dari ukuran tersebut, dapat ditarik pemahaman mengenai skala perusahaan, hubungannya dengan pesaing, serta arah strategi pemasaran yang dapat disusun untuk masa depan [43]. Perusahaan yang berhasil mempertahankan pangsa pasar lebih luas umumnya memperoleh keuntungan lebih besar, penjualan produk yang meningkat, dan apresiasi nilai saham [44]. Kenaikan pangsa pasar membawa dampak berupa bertambahnya laba, peningkatan jumlah produk yang terjual, serta pergerakan harga saham ke arah positif. Oleh karena itu, semakin besar pangsa pasar yang dikuasai, semakin kuat pula posisi bisnis perusahaan, yang pada gilirannya mampu memengaruhi harga saham dan mendorong pertumbuhan indeks harga saham[12].

1.4 *Total Asset Turnover*

Perputaran total aset atau *total assets turnover* menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan penjualan. Rasio ini dihitung dengan membandingkan nilai penjualan dengan total aset yang ada pada perusahaan. Fluktuasi harga saham suatu sektor kerap dipengaruhi oleh seberapa jauh perusahaan mampu mengoperasikan asetnya secara maksimal guna meningkatkan penjualan [45]. Bagi para penanam modal, kemampuan suatu entitas dalam memanfaatkan aset guna memperoleh laba merupakan hal utama yang perlu diperhatikan. Apabila perputaran aset berlangsung dengan cepat dalam kegiatan usaha, hal itu menandakan bahwa perusahaan sanggup mengatur aktivitasnya secara efisien hingga mampu mendorong terciptanya volume penjualan yang tinggi [46].

1.5 Nilai Perusahaan

Menurut Gunardi (2022), nilai perusahaan dapat dipahami sebagai keadaan ketika aktivitas usaha yang dijalankan sejak awal berdirinya mampu menumbuhkan keyakinan publik terhadap keberadaan perusahaan tersebut [47]. Perubahan nilai perusahaan tercermin melalui fluktuasi harga saham; penurunan harga saham akan menurunkan nilai perusahaan dan secara beriringan mengurangi tingkat kesejahteraan pemegang saham [48]. Untuk mengukur posisi perusahaan digunakan perbandingan rasio yang terbagi menjadi dua kelompok, yakni rasio penilaian dan rasio pasar, di antaranya *Price to Book Value* (PBV), *Price Earning Ratio* (PER), serta *Tobin's Q* [49]). Dari berbagai ukuran tersebut, *Price to Book Value* (PBV) kerap dijadikan tolok ukur utama bagi investor dalam menentukan kelayakan saham. Apabila suatu perusahaan memiliki nilai PBV tinggi, pasar menafsirkan bahwa perusahaan tersebut menunjukkan prospek kinerja yang baik, baik pada kondisi sekarang maupun ke depan. Dengan demikian, besarnya nilai perusahaan berkaitan langsung dengan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan melalui aset yang dimiliki [50].

1.6 Pengembangan Hipotesis

1.6.1 Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan

Margin laba bersih memiliki keterkaitan erat dengan nilai suatu perusahaan, sebab data yang dipublikasikan, termasuk laporan keuangan, dapat dipersepsikan sebagai sinyal menguntungkan bagi calon penanam modal maupun pihak eksternal lainnya [51]. Akan tetapi, apabila informasi yang diumumkan justru menunjukkan kemerosotan kinerja, hal itu lazim ditafsirkan sebagai pertanda kurang baik karena dianggap tidak memberikan prospek keuntungan [52]. Menurut Putra dan Santoso (2020), kemampuan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya untuk menghasilkan keuntungan secara maksimal dapat tercermin melalui indikator *Net Profit Margin* (NPM); ketika angka margin ini menunjukkan nilai yang tinggi, hal tersebut menandakan bahwa perusahaan menjalankan seluruh aktivitas operasionalnya dengan tingkat efisiensi yang tinggi, yang pada gilirannya menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan para investor untuk menempatkan modal mereka dalam perusahaan tersebut [53]. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa pihak sebelumnya [17] [18] yang menunjukkan adanya keterkaitan antara besaran *Net Profit Margin* dengan nilai keseluruhan perusahaan di pasar. Berdasarkan kerangka pemikiran teori yang telah dikemukakan serta hasil-hasil penelitian terdahulu tersebut, maka muncul dasar untuk merumuskan hipotesis awal yang menyatakan hubungan antara *Net Profit Margin* dengan nilai perusahaan, sebagai langkah awal untuk memahami mekanisme pengaruh kinerja keuangan terhadap persepsi investor.

H1 : *Net Profit Margin* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Industri Plastik dan Kemasan yang terdaftar di BEI Periode 2021-2024.

1.6.2 Pengaruh *Market Share* terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan *market share* yang besar sering dipersepsikan positif oleh pihak investor karena memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam bersaing serta dominasinya di pasar. Kondisi ini berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan, di mana besarnya porsi penjualan yang dikuasai mencerminkan semakin tinggi pula keuntungan yang dapat diraih. Sebaliknya, penurunan *market share* memberi sinyal yang kurang baik karena dapat mengindikasikan adanya kelemahan dalam strategi usaha atau penurunan kinerja perusahaan. Hal ini sejalan dengan temuan [25] [26] [27] yang menegaskan bahwa *market share* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan yang mampu mempertahankan pangsa pasar tinggi menunjukkan efektivitasnya dalam industri. Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis kedua yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2 : *Market Share* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Industri Plastik dan Kemasan yang terdaftar di BEI Periode 2021-2024.

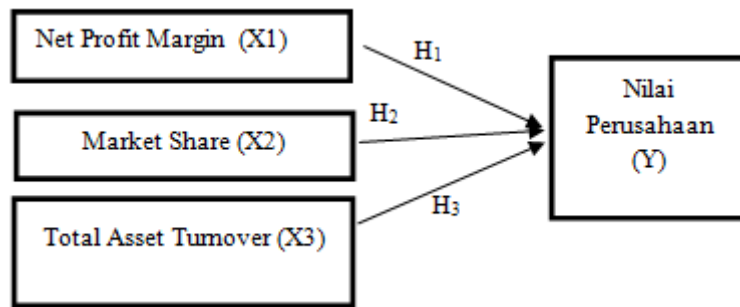
1.6.3 Pengaruh *Total Asset Turnover* terhadap Nilai Perusahaan

Tingkat perputaran aset keseluruhan yang tinggi mencerminkan kapasitas suatu perusahaan untuk mengelola dan memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya dengan cara yang efisien, sehingga mampu menghasilkan aliran pendapatan secara optimal, kondisi ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan, menarik perhatian para pihak yang memiliki kepentingan finansial, dan secara potensial mendorong apresiasi harga saham di pasar modal. Sebaliknya, Anneke & Ruslim (2020) mengungkapkan bahwa apabila perputaran aset total

berada pada level rendah, hal tersebut menjadi indikasi adanya ketidakefisienan dalam pemanfaatan aset perusahaan, yang pada gilirannya dapat menimbulkan berkurangnya daya tarik perusahaan di mata investor serta menimbulkan tekanan terhadap penurunan harga saham. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu [32] [33] [34] yang menunjukkan bahwa *Total Assets Turnover (TATO)* memiliki peranan krusial dalam mempengaruhi nilai perusahaan, karena pengelolaan aset yang terencana dan tepat dapat memperkuat keyakinan investor terhadap prospek perusahaan. Berdasarkan paparan teori tersebut dan temuan empiris sebelumnya, maka selanjutnya dirumuskan hipotesis ketiga yang menjadi fokus analisis penelitian ini sebagai berikut:

H3 : *Total Asset Turnover* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Industri Plastik dan Kemasan yang terdaftar di BEI Periode 2021-2024.

Adapun model kerangka penelitian dalam dilihat pada gambar 1



Gambar 1 Model Kerangka penelitian

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan menekankan pada pengolahan data numerik [58]. di mana sumber data yang digunakan bersumber dari dokumen sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh melalui akses resmi pada laman *website* Bursa Efek Indonesia <https://www.idx.co.id/id> emudian dilakukan proses pengumpulan secara sistematis, pencatatan secara teliti, serta analisis terhadap berbagai komponen yang secara rutin dipublikasikan oleh entitas perusahaan yang bergerak di bidang industri plastik dan kemasan. Dalam rangka menelaah hubungan antarvariabel, penelitian ini menerapkan teknik analisis berbasis data panel, yang dilaksanakan melalui serangkaian prosedur pemilihan model, dimulai dari pengujian Chow, dilanjutkan dengan pengujian Hausman, hingga pengujian Lagrange Multiplier, dengan tujuan memastikan kesesuaian model dan keandalan hasil analisis secara menyeluruh. [59].

2.2 Pengukuran Variabel

Tabel 2 Pengukuran Variabel

Variabel	Dimensi	Ukuran	Skala
<i>Net Profit Margin</i>	<ul style="list-style-type: none"> Laba Bersih penjualan 	$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$	Rasio
<i>Market Share</i>	<ul style="list-style-type: none"> Volume Penjualan Perusahaan Total Penjualan Perusahaan 	$MS = \frac{\text{Volume Penjualan Perusahaan}}{\text{Total Penjualan Perusahaan}} \times 100\%$	Rasio
<i>Total Asset Turnover</i>	<ul style="list-style-type: none"> Penjualan Total Aktiva 	$TATO = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$	Rasio
Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> Harga Saham Per Nilai Buku Perusahaan 	$PBV = \frac{\text{Harga Per Saham}}{\text{Nilai Buku Perusahaan}}$	Rasio

2.3 Populasi dan Sampel

Dalam kerangka penelitian ini, cakupan populasi diarahkan pada perusahaan-perusahaan yang memiliki aktivitas operasional di ranah industri plastik dan kemasan, yang tercatat sebagai entitas resmi di Bursa Efek Indonesia, dengan periode pengamatan yang membentang mulai tahun 2021 hingga 2024, dengan pertimbangan ketersediaan data keuangan yang lengkap dan konsisten selama masa tersebut. Periode ini dipandang relevan untuk menggambarkan kondisi pemulihan ekonomi pascapandemi di mana kinerja keuangan perusahaan industri plastik dan kemasan mengalami fluktuasi. Jumlah keseluruhan perusahaan adalah empat belas entitas dengan pemilihan unit sampel dilakukan melalui penerapan metode *purposive sampling*, yang menetapkan persyaratan tertentu bagi perusahaan yang dapat masuk sebagai sampel, yakni: pertama, perusahaan tersebut harus tergolong dalam sektor industri plastik dan tercatat di Bursa Efek Indonesia selama rentang waktu pengamatan yang telah ditentukan; kedua, perusahaan yang bersangkutan berada dalam subsektor plastik dan kemasan dan menunjukkan konsistensi dalam penerbitan laporan keuangan secara lengkap serta menyediakan informasi yang selaras dengan indikator atau elemen data yang diperlukan untuk periode pengamatan yang sama. Berdasarkan penerapan kriteria seleksi tersebut, diperoleh hasil bahwa sebanyak dua belas perusahaan dari keseluruhan populasi memenuhi persyaratan dan selanjutnya ditetapkan sebagai sampel yang akan dianalisis dalam penelitian ini.

2.4 Metode Analisis

Dalam riset ini, pengolahan data dilakukan melalui penerapan sejumlah prosedur analisis asumsi klasik. Mengacu pada pandangan Gujarti, tidak setiap bentuk pengujian asumsi klasik wajib diterapkan pada regresi linear dengan pendekatan *OLS*. Oleh sebab itu, untuk data panel cukup digunakan Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas, disertai pembentukan Persamaan Regresi Data Panel, perumusan Hipotesis, serta Uji Koefisien Determinasi.

Persamaan regresi data panel yang mencakup keseluruhan variabel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 NPM_{it} + \beta_2 MS_{it} + \beta_3 TATO_{it} + e$$

Keterangan :

Y	= Nilai Perusahaan
A	= Konstanta
NPM	= <i>Net Profit Margin</i>
MS	= <i>Market Share</i>
TATO	= <i>Total Asset Turnover</i>
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien Regresi
it	= Perusahaan (tahun)
e	= Error atau Kesalahan Residual

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Hasil pemilihan Model

3.1.1.1 Hasil Uji Chow

Tabel 3 Hasil Uji Chow
Reduandant Fixed Effects Test

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-Section F	10.143257	(3,9)	0.0030
Cross-Section Chi-Square	23.636745	3	0.0000

Sumber: Hasil *Output Eviews version 12, 2025*

Berdasarkan analisis data yang tersaji dalam tabel tersebut, tampak jelas bahwa nilai probabilitas mencapai 0,0000, sebuah angka yang berada di bawah ambang batas 0,05, sehingga memberikan indikasi kuat bahwa model *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan pendekatan yang paling sesuai untuk diterapkan dalam perhitungan ini. Selanjutnya, dilakukan pengujian menggunakan metode *Hausman*, yang memiliki peran penting dalam menentukan

model mana yang sebaiknya digunakan, apakah mempertahankan pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM) atau beralih ke pendekatan *Random Effect Model* (REM), sehingga keputusan pemilihan model dapat dilakukan secara tepat berdasarkan hasil pengujian tersebut.

3.1.1.2 Hasil Uji Hausman

Tabel 3 Hasil Uji Hausman
Correlated Random Effects – Hausman Test

Tes Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-Section Random	30.429772	3	0.0000

Sumber: Hasil *Output Eviews version 12, 2025*

Merujuk pada tabel yang disajikan, analisis menunjukkan bahwa nilai *probability* sebesar 0,0000 lebih kecil daripada batas 0,05. Kondisi tersebut menuntun pada pemilihan *Fixed Effect Model* (FEM). Dengan mempertimbangkan hasil Uji Chow serta Uji Hausman, dapat ditegaskan bahwa model yang paling sesuai untuk penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

3.1.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

3.1.1.3.1 Hasil Uji Multikorelasi

Tabel 4 Hasil Uji Multikorelasi

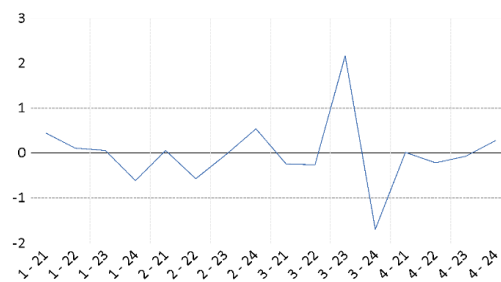
	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.118009	0.579473
X2	0.118009	1.000000	-0.054914
X3	0.579473	-0.054914	1.000000

Sumber: Hasil *Output Eviews version 12, 2025*

Mengacu pada tabel yang telah ditampilkan, hasil perhitungan menunjukkan koefisien korelasi antara *net profit margin* (X1) dengan *market share* (X2) sebesar $0,118009 < 0,85$; antara *net profit margin* (X1) dengan *total asset turnover* (X3) sebesar $0,579473 < 0,85$; serta antara *market share* (X2) dengan *total asset turnover* (X3) sebesar $-0,054914 < 0,85$. Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas, sehingga data dinyatakan memenuhi syarat bebas dari uji multikolinearitas.

3.1.1.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Y Residuals



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil *Output Eviews version 12, 2025*

Apabila memperhatikan ilustrasi sebelumnya, terlihat bahwa grafik residual berwarna biru tidak menembus batas angka 500 maupun -500. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebaran residual berada dalam keadaan seragam. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa temuan penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas atau berhasil melewati uji heteroskedastisitas.

3.1.1.4 Hasil Persamaan Regresi Data Panel

$$Y = -313.06 + 1026.98 \cdot X1 + 0.89 \cdot X2 + 1016.41 \cdot X3$$

Melalui hasil persamaan regresi tersebut dapat diperoleh pemahaman bahwa konstanta bernilai -313,06. Hal ini menunjukkan bahwa ketika variabel NPM (X1), *Market Share* (X2), dan TATO (X3) diperhitungkan, maka variabel PBV (Y) mengalami penurunan sebesar -31306%.

1. Koefisien beta pada variabel NPM (X1) tercatat sebesar 1026,98%. Dalam kondisi variabel lain tetap, setiap kenaikan X1 sebesar 1026,98% akan berimplikasi pada penurunan PBV (Y) dengan besaran yang sama, yaitu 1026,98%. Sebaliknya, ketika X1 menurun sebesar 1026,98% dalam keadaan variabel lain tidak berubah, maka PBV (Y) akan meningkat sebesar 1026,98%.
2. Koefisien beta pada variabel *Market Share* (X2) tercatat sebesar 0,89%. Artinya, ketika variabel lain tetap konstan dan X2 mengalami kenaikan 0,89%, maka nilai PBV (Y) justru menurun sebesar 0,89%. Sebaliknya, apabila variabel lain tidak berubah dan X2 turun 0,89%, maka PBV (Y) akan meningkat dengan persentase yang sama, yakni 0,89%.
3. Koefisien beta pada variabel TATO (X3) menunjukkan angka 1016,41%. Dengan asumsi variabel lain tetap konstan, maka kenaikan X2 sebesar 1016,41% berbanding lurus dengan penurunan PBV (Y) sebesar 1016,41%. Sebaliknya, apabila X1 mengalami penurunan dengan besaran yang sama, sementara variabel lain tidak berubah, maka Y justru meningkat sebesar 1016,41%.

3.1.1.5 Hasil Hipotesis

3.1.1.5.1 Hasil Uji Parsial (t)

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (t)
 Dependent Variabel: Y

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-313.0656	998.7602	-0.313454	0.7611
X1	1026.987	386.5132	2.657055	0.0262
X2	0.889172	4.563019	0.194865	0.8498
X3	1016.416	1325.088	0.767056	0.4627

Sumber: Hasil *Output Eviews version 12*, 2025

Merujuk pada tabel 5, tampak bahwa penelitian ini menghasilkan perolehan angka *t* hitung beserta tingkat probabilitasnya. Uraian berikut menyajikan hasil pengujian hipotesis melalui uji parsial (*t*):

1. Berdasarkan perhitungan *t-test* yang dilakukan terhadap variabel X1, yang merujuk pada kinerja laba yang diukur melalui *Net Profit Margin* (NPM), diperoleh nilai *t* sebesar 2,657055, angka ini melampaui ambang batas *t* tabel yang tercatat sebesar 2,012896. Selain itu, tingkat probabilitas atau *significance* tercatat sebesar 0,0262, nilai yang berada di bawah batas 0,05, yang menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) tidak dapat dipertahankan, sementara hipotesis alternatif (H_a) memperoleh dukungan. Dari temuan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja laba memiliki peranan nyata dan langsung dalam memengaruhi atau menentukan besaran nilai perusahaan, sehingga fluktuasi dalam kinerja laba akan berdampak terhadap perubahan nilai perusahaan yang bersangkutan.
2. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa ketika dilakukan pengujian *t* pada variabel *market share* (X2), diperoleh nilai *t* perhitungan sebesar 0,194865, suatu angka yang berada di bawah ambang batas *t* pada tabel, yaitu 2,012896. Lebih lanjut, angka probabilitas atau nilai signifikansi yang diperoleh mencapai 0,8498, yang menempuh nilai di atas batas kritis 0,05 yang telah ditetapkan. Dengan kondisi tersebut, kesimpulan yang dapat ditarik adalah penolakan terhadap hipotesis alternatif, sementara hipotesis nol diterima; hal ini menandakan bahwa variabel *market share* tidak menunjukkan pengaruh yang dapat diidentifikasi terhadap nilai perusahaan, sehingga tidak mampu memberikan kontribusi yang dapat dianggap menentukan dalam perubahan nilai perusahaan pada sampel yang dianalisis.
3. Hasil analisis dengan menggunakan uji *t* terhadap variabel perputaran *total aset turnover* (X3) mengungkapkan bahwa nilai *t* yang diperoleh dari perhitungan sebesar 0,767056 ternyata berada di bawah angka *t* yang tercantum dalam tabel, yaitu 2,012896. Sementara itu, tingkat probabilitas atau *p-value* yang dihasilkan mencapai 0,4627, angka ini berada di atas batas 0,05 yang ditetapkan sebagai kriteria pengujian. Kondisi tersebut menuntun pada keputusan untuk menolak hipotesis alternatif dan menerima hipotesis nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel perputaran total aset tidak menunjukkan pengaruh yang dapat dianggap bermakna terhadap penilaian atau valuasi perusahaan, yang menunjukkan bahwa variasi pada perputaran total aset tidak tercermin secara nyata dalam perubahan nilai perusahaan.

3.1.1.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Cross-Section Fixed (Dummy Variabels)			
R-Squared	0.836340	Mean Dependent Var	356.1141
Adjusted R-Squared	0.727234	S.D. Dependent Var	558.8363
S.E. Of Regression	291.8635	Akaike Info Criterion	14.49009
Sum Squared Resid	766658.8	Schwarz Criterion	14.82809
Log Likelihood	-108.9207	Hannan-Quinn Criter	14.50739
F-Statistic	7.665361	Durbin-Watson Stat	3.075872
Prob(F-Statistic)	0.003895		

Sumber: Hasil *Output Eviews version 12, 2025*

Merujuk pada tabel yang telah disajikan, penelitian ini menghasilkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,727234 atau setara dengan 72,7234%. Angka tersebut mengindikasikan bahwa faktor bebas, yaitu *net profit margin*, *market share*, serta *total asset turnover*, memiliki kemampuan menjelaskan variabel nilai perusahaan pada industri plastik dan kemasan sebesar 72,7234%. Adapun bagian yang tersisa, yaitu 27,2766%, dipengaruhi oleh unsur lain yang tidak dimasukkan dalam rancangan penelitian ini.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) secara terpisah memberi dampak kuat terhadap nilai suatu perusahaan. Hasil ini berkesesuaian dengan penelitian [17] [18] [20] yang menegaskan bahwa tingginya *Net Profit Margin* mampu menghadirkan keuntungan besar bagi pemodal karena perusahaan dapat mencetak laba dengan baik. Dengan demikian, *Net Profit Margin* (NPM) menjadi indikator yang menyingkap bagaimana roda usaha berjalan untuk mencapai laba optimal; semakin tinggi margin keuntungan, semakin menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dalam mencetak laba tergolong baik, sehingga menumbuhkan keyakinan pemodal[53].

3.2.2 Pengaruh *Market Share* Terhadap Nilai Perusahaan

Tidak sama halnya dengan *market share* yang menunjukkan tidak adanya pengaruh berarti terhadap nilai suatu perusahaan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian [21] [22] [23] yang menegaskan bahwa ketika tingkat penjualan dalam segmen pasar cenderung melemah, maka laba yang dihasilkan perusahaan menurun. Kondisi tersebut mengakibatkan investor tidak memperoleh imbal hasil yang diharapkan dari penanaman modalnya. Ketidaksignifikan ini disebabkan karena industri plastik dan kemasan memiliki karakteristik yang serupa, sehingga peningkatan pangsa pasar tidak mempengaruhi nilai perusahaan, selain itu model kerja sama komersial antarperusahaan menyebabkan pangsa pasar tidak langsung tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan karena penjualan cenderung stabil dalam jangka waktu tertentu, dan industri ini sangat bergantung pada fluktuasi harga bahan baku utama. Ketika harga bahan baku meningkat maka margin menurun. Hal ini menjadikan besarnya *market share* tidak selalu sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan. Meskipun perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar, akan tetapi sudut pandang investor fokus pada kemampuan perusahaan yang menghasilkan laba bersih secara efisien dari pada seberapa luas pasar yang dikuasa.[55].

3.2.3 Pengaruh *Total Asset Turnover* terhadap Nilai Perusahaan

Berbeda dari harapan, perputaran total aset ternyata tidak memberikan pengaruh berarti terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya [28] [29] [30] [31], yang mengemukakan bahwa rasio perputaran aset tidak selalu mencerminkan efektivitas perusahaan yang lebih tinggi. Ketidaksignifikanan pengaruh ini dapat disebabkan karena sebagian perusahaan pada industri plastik dan kemasan masih menghadapi kendala dalam mengoptimalkan penggunaan aset yang dimiliki. Selain itu tingginya biaya oprasional dan harga bahan baku menyebabkan hasil penjualan yang diperoleh tidak berbanding lurus dengan peningkatan laba. Artinya peningkatan aktivitas penjualan tidak selalu berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan apabila profitabilitas tidak ikut meningkat. Dengan demikian, hasil penelitian ini bahwa industri plastik dan kemasan, efisiensi pengelolaan aset belum cukup untuk meningkatkan nilai perusahaan apabila tidak disertai dengan peningkatan profitabilitas. Oleh karena itu, perusahaan perlu memadukan strategi efisiensi aset dengan peningkatan laba agar mampu memperkuat kepercayaan investor serta meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal [57].

4. KESIMPULAN

Nilai suatu perusahaan, yang memperlihatkan keadaan serta hasil kinerjanya, berperan sebagai elemen kompetitif dalam menarik perhatian investor. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus memperbaiki *net profit margin*, memperluas jangkauan pasar, serta memaksimalkan efektivitas pemanfaatan aset guna meningkatkan nilai perusahaan. Atas dasar itu, penelitian ini dilakukan untuk menelaah pengaruh *Net Profit Margin*, *Market Share*, dan *Total Assets Turnover* terhadap nilai perusahaan pada subsektor industri plastik dan kemasan yang tercatat di BEI selama periode 2021–2025.

Bila ditinjau dari hasil pengolahan data, dapat ditarik kesimpulan bahwa *net profit margin* berperan penting dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Temuan ini memperlihatkan bahwa ketika *net profit margin* meningkat dan memberi keuntungan yang besar, maka para pemodal memperoleh jaminan kesejahteraan karena perusahaan mampu menghasilkan laba secara optimal. Berbeda halnya dengan *market share* yang ternyata tidak memberi pengaruh berarti terhadap nilai perusahaan; hal ini disebabkan menurunnya daya jual pada segmen pasar tertentu sehingga keuntungan yang masuk ke perusahaan ikut menurun. Hal serupa juga terlihat pada *total asset turnover* yang tidak memberi dampak nyata terhadap nilai perusahaan, sebab perusahaan belum mampu memaksimalkan penggunaan aset meskipun tingkat penjualannya tinggi. Kondisi tersebut menimbulkan rasa kurang percaya dan keraguan di kalangan investor. Secara menyeluruh, *net profit margin* tampil sebagai faktor yang paling kuat dalam memengaruhi nilai perusahaan, jauh melampaui *market share* maupun *total asset turnover* yang tidak menunjukkan pengaruh. Dengan demikian, perusahaan seyogianya memusatkan perhatian pada peningkatan laba agar dapat memperbesar minat investor serta menguatkan posisi nilai perusahaan di pasar modal.

REFERENCES

- [1] Elfiswandi, H. Pratiwi, Y. Yulia, and M. F. Ramadhan, "Manajemen Keuangan (Nilai Perusahaan Industri Perbankan Ditinjau dari Price to Book Value," in *CV. Penerbit Qiara Media*, Q. Media, Ed. Jawa Timur, 2021, p. 39.
- [2] T. Redaksi, "Produsen Plastik Asal Malaysia Bakal Investasi Rp115 M di KIT Batang," *CNBC Indonesia*, 2025. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250304071928-4-615284/produsen-plastik-asal-malaysia-bakal-investasi-rp115-m-di-kit-batang>
- [3] H. Wibawa, L. Indriasari, and dan A. Nuzuluddin, "Industri Plastik dan Karet Diproyeksikan Tumbuh untuk Ekonomi Sirkular," *MediaIndonesia.com*, 2022. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/537923/industri-plastik-dan-karet-diproyeksikan-tumbuh-untuk-ekonomi-sirkular>
- [4] D. P. Novelita and N. Nellyana, "Faktor-Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Media Bisnis*, vol. 13, no. 2, pp. 149–174, 2021, doi: 10.34208/mb.v13i2.1688.
- [5] Y. D. Cahyono and D. N. Aryani, "Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Return On Asset (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2022)," *J. Lentera Bisnis*, vol. 13, no. 2, p. 676, 2024, doi: 10.34127/jrlab.v13i2.1051.
- [6] I. G. A. D. N. Yanti and N. P. A. Darmayanti, "Pengaruh Profitabilitas , Ukuran Perusahaan , Struktur Makanan Dan Minuman," *E-Jurnal Manaj.*, vol. 8, no. 4, pp. 2297–2324, 2020.
- [7] Yudi Sungkono, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Parameter*, vol. 4, no. 1, pp. 443–453, 2022, doi: 10.37751/parameter.v4i1.31.
- [8] E. P. Ningrum, *Nilai Perusahaan (Konsep dan Aplikasi)*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2021.
- [9] S. Listari, "Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia," *J. Ilm. Manaj. Kesatuan*, vol. 6, no. 1, pp. 51–60, 2018, doi: 10.37641/jimkes.v6i1.36.
- [10] I. Juliani, S. NurLaela, and E. Masitoh, "Earning Per Share, Price Earning Ratio, Price Book Value, Net Profit Margin, Total Asset Turnover, Dan Harga Saham," *Jae (Jurnal Akunt. Dan Ekon.)*, vol. 6, no. 2, p. 74, 2021, doi: 10.29407/jae.v6i2.14069.

- [11] Nolanda Fernanda Kusoy, Paulina Van Rate, and Victoria N. Untu, "Pengaruh Struktur kepemilikan, Market Share, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 11, no. 02, pp. 56–66, 2023, doi: 10.35794/emba.v11i02.47002.
- [12] C. Michael J. Mauboussin & Callahan, "Insights Market Share Understanding Competitive Advantage," *Counterpoint Globa*, pp. 23–38, 2022, doi: 10.1108/978-1-78754-786-520181004.
- [13] S. Nihe, S. Murni, and M. Wullur, "Analisis Pengaruh Total Asset Turnover, Working Capital Turnover, Firm Size Dan Public Ownership Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Consumer Non-Cyclical Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2021," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 11, no. 4, p. 347, 2023, doi: 10.35794/emba.v11i4.51951.
- [14] I. N. Nabela, Y. Fitriano, and N. R. Hidayah, "Pengaruh Net Profit Margin (NPM) Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan PT. Astra International TBK Tahun 2017-2021," *EKOMBIS Rev. J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 1153–1168, 2023, doi: 10.37676/ekombis.v11i2.3889.
- [15] B. Widiantonono, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Food And Beverage di BEI," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 11, no. 12, p. 17, 2022, doi: 10.1002/9781119199205.ch7.
- [16] E. Rapel, O. Y. Asi, D. N. Yusti, and A. Peronika, "Pengaruh ROA, ROE, dan NPM terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI Periode 2019-2023," *J. Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 4, no. 2, pp. 42–50, 2025.
- [17] A. Pradana, "Pengaruh Net Pofit Margin Terhadap Harga Saham Dengan Pice To Book Value Sebagai Variabel," *Compet. J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 7, no. 1, p. 22, 2023.
- [18] Y. Fitriano and M. Herfianti, "Analisis Pengaruh Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Listed di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)," *J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 193–205, 2021.
- [19] N. Fernanda, "Pengaruh Current Ratio Dan Net Profit Margin Terhadap Nilai Perusahaan," *Bussman J. Indones. J. Bus. Manag.*, vol. 1, no. 3, p. 402, 2020, doi: 10.53363/buss.v1i3.17.
- [20] I. D. Lestari, "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020," in *Skripsi*, 2022, pp. 1–83.
- [21] A. Nur, H. Randi, and M. Akib, "Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Dan Market Share Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri Automotive and Component Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 -2023)," *J. Banjarseapacific*, vol. 1, no. 1, pp. 1–7, 2025.
- [22] A. H. Munawar, D. S. Nurjanah, and U. Siliwangi, "Determinasi Market Share Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Retrun On Equity," *J. Perbank. dan Keuang.*, vol. 2, no. 2, p. 89, 2021.
- [23] E. Sulas Setiawati and J. Hendra, "Pengaruh Pangsa Pasar dan Pertumbuhan Set Terhada Nilai Perusahaan Bank Umum Syariah Di Indonesia," *J. MBISKU*, vol. 01, no. 1, pp. 1–11, 2024.
- [24] R. ' Khoirunnisa, "Pengaruh Market Share Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Liabilitas sebagai Variabel Mediasi pada Sektor Finance yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 10, no. 1, p. 11, 2022, doi: 10.26740/jim.v10n1.p11-27.
- [25] Y. W. Eva, "Pengaruh Dana Pihak Ketiga Pembiayaan dan Nilai Perusahaan Terhadap Market Share Pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk," in *Skripsi*, padang, 2024, p. 92.
- [26] Y. Arpan and M. A. Carolina Odjan, "Faktor Penentu yang Berdampak Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia," *eCo-Fin*, vol. 2, no. 2, p. 81, 2020, doi: 10.32877/ef.v2i2.318.
- [27] S. E. Natasha, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan," *J. Wira Ekon. Mikroskil*, vol. 11, no. 2, p. 75, 2021, doi: 10.55601/jwem.v11i2.784.
- [28] S. Kay, L. D. Pamungkas, and N. Nurcahyo, "Analisis Pengaruh Rasio Leverage, Aktivitas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Sudi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI Dalam Waktu 2018-2020)," *J. Competency Bus.*, vol. 6, no. 1, pp. 130–152, 2022.

- [29] H. S. Putra, "Pengaruh Current Ratio dan Total Assets Turnover Terhadap Price to Book Value Dengan Dimediasi Oleh Return On Equity Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Maneggio J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 3, no. 1, p. 92, 2020, doi: 10.30596/maneggio.v3i1.4856.
- [30] H. Y. Suparmoko, "Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, Profitabilitas dan Skala Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Multidiscip. J. Couns. Soc. Res.*, vol. 3, no. 1, pp. 39–48, 2024.
- [31] P. Utami and Welas, "Pengaruh Current Ratio, Return On Asset, Total Asset Turnover dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Properti dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)," *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 10, no. 2, p. 71, 2020.
- [32] R. Hulasoh and H. Mulyati, "Pengaruh Total Asset Turnover, Return on Investment Dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan," *Kompartemen J. Ilm. Akunt.*, vol. 19, no. 2, p. 60, 2022, doi: 10.30595/kompartemen.v19i2.10282.
- [33] Desi Susilowati and Rinny Meidiyustiani, "Pengaruh Profitabilitas, Total Asset Turn Over (Tato), Arus Kas Operasi, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Akuntansi, Ekon. dan Manaj. Bisnis*, vol. 3, no. 3, p. 296, 2023, doi: 10.55606/jaemb.v3i3.2080.
- [34] Stie and S. Agung, "Profitabilitas Sebagai Variabel Mediating Pada Perusahaan," *J. SULTANIST*, 2022.
- [35] M. Spence, "Job Market Signaling," *Q. J. Econ.*, vol. 87, no. 3, p. 355, 1973, [Online]. Available: <https://doi.org/10.2307/1882010>
- [36] M. G. T. [and] J. L. D. Harry I. Wolk, "Accounting theory : a conceptual and institutional approach," 5th ed., Australia: Cincinnati: South-Western College, 2001.
- [37] J. F. Brigham, E. F., & Houston, *Fundamentals Of Financial Managemen: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. 2006.
- [38] Sudarno, "Teori Penelitian Keuangan," in *Ekonomi, Literasi Nusantara Abadi*, 2022. [Online]. Available: <https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/BK46508/teori-penelitian-keuangan>
- [39] E. Siswanto, *Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar*, vol. 11, no. 1. Malang: Universitas Negeri Malang, 2021. [Online]. Available: <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- [40] M. P. D. M. M. B. Y. N. Telaumbanua, "Analisis Net Profit Margin Pada Pt Unilever Indonesia Tbk (Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia)," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 10, no. 4, pp. 1462–1471, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43983/40243>
- [41] Arviolda and T. L. Sha, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur," *JJurnal Ekon.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–16, 2021, doi: 10.24912/jpa.v6i1.28533.
- [42] H. Widjanarko, *Menilai Kinerja Perusahaan Dari Sisi Keuangan*. Yogyakarta: LPPM UPN Veteran, 2020.
- [43] M. G. Haque-fawzi, A. S. Iskandar, and H. Erlangga, *Konsep , Teori dan Implementasi Strategi Pemasaran*. Tangerang Selatan: Pascal Book, 2022.
- [44] D. Robot, Clarasita Tifany, "Analisis Pengaruh Market Share, Capital Adequacy Ratio dan Loan To Deposit Ratio Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Bank Milik Pemerintah Di Indonesia Tahun 2013-2017)," *J. Berk. Ilm. Efisiensi*, vol. 18, no. 4, 2020.
- [45] C. Lubis, B. S. Marpaung, and A. Magdalena, "Total Asset Turnover Effect, Working Capital Turnover and Debt Ratio on Stock Price," *Int. Conf. Account. Manag. Sci.*, p. 270, 2020.
- [46] R. Rinaldi and N. Oktavianti, "Pengaruh Total Aset Turnover, Debt To Asset Ratio Dan Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2020," *Ikraith-Ekonomika*, vol. 6, no. 2, pp. 209–221, 2022, doi: 10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2353.

- [47] B. F. P. Gunardi, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 1, no. 1, p. 183, 2022.
- [48] Ubaidillah, "Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan Estate dengan Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Property dan Real yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)," *J. Univ. Gunadarma*, vol. 16, no. 1, p. 34, 2020, doi: 10.17509/manajerial.v16i1.10433.
- [49] W. dan Copeland, "Pengaruh Roa, Roe, Nim Dan Npm Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022," *Edunomic J. Pendidik. Ekon.*, vol. 12, no. 1, pp. 1–11, 2020, doi: 10.33603/ejpe.v12i1.35.
- [50] A. Khairul, *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021.
- [51] D. Mariani, P. Utara, and K. Lama, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial Dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator," vol. 7, no. 1, p. 59, 2018.
- [52] F. F. Y. Palayukan, H. Karamoy, and R. Lambey, "Pengaruh Debt To Equity Ratio (DER), Current Ratio (CR), Total Asset Turnover (TATO) dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022," *J. Ris. Akunt.*, vol. 18, no. 2, pp. 151–161, 2023.
- [53] W. F. S. Putra and B. H. Santoso, "Pengaruh Pbv, Npm, Roa, Eps Terhadap Harga Saham Perusahaan Farmasi Di Bei," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 10, pp. 1–21, 2020.
- [54] S. Nur, V. N. Suciyanti, A. Winarti, and Z. Azmi, "Pemanfaatan Teori Signal dalam Bidang Akuntansi: Literatur Review," *Econ. Bus. Manag. Sci. J.*, vol. 4, no. 2, p. 55, 2024, doi: 10.34007/ebmsj.v4i2.564.
- [55] R. P. Astuti, "Pengaruh Return On Asset, Capital Adequacy Ratio, Dana Pihak Ketiga Dan Non-Performing Financing Terhadap Market Share Perbankan Syariah," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 9, no. 3, p. 3471, 2023, doi: 10.29040/jiei.v9i3.10176.
- [56] M. Laksmiwati, I. Rolanda, and R. Sabrina, "Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Total Asset Turnover Dan Net Profit Margin Terhadap Price Book Value (Studi Empiris pada Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)," *KRESNA J. Ris. dan Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 35–44, 2022, doi: 10.36080/jk.v2i1.21.
- [57] M. I. Anneke and H. Ruslim, "Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas, dan Rasio Aktivitas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan," *J. Manajerial dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 4, p. 855, 2020.
- [58] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV, 2013.
- [59] A. T. Basuki, *Analisis Data Panel Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. 2021.