



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 5 (2) Maret-Agustus 2026: 616-624

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



LITERATURE REVIEW: PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN, SALES GROWTH, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Felisitas Erselin¹

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang,
Kota Tangerang Selatan, NegaraIndonesia¹²*

E-mail: fellyerselin@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan kajian literatur ini adalah untuk menganalisis secara kritis pengaruh kinerja perusahaan (profitabilitas), sales growth, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2025. Metode yang digunakan adalah studi literatur sistematis dengan pendekatan naratif-analitis terhadap 15 artikel jurnal ilmiah terindeks SINTA dan internasional terbitan 2018–2025. Hasil kajian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang diproksikan dengan ROA dan ROE secara konsisten berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sales growth menunjukkan pengaruh yang tidak konsisten: beberapa studi menemukan pengaruh positif signifikan, sementara lainnya tidak signifikan atau bahkan negatif. Pertumbuhan perusahaan (asset growth) lebih banyak ditemukan tidak berpengaruh signifikan atau negatif terhadap nilai perusahaan. Simpulan kajian ini menegaskan bahwa profitabilitas merupakan prediktor utama nilai perusahaan, sementara sales growth dan pertumbuhan perusahaan memerlukan konteks moderasi seperti ukuran perusahaan atau struktur modal. Implikasi teoretis menunjukkan perlunya pengembangan model yang mengintegrasikan variabel moderasi, sedangkan implikasi praktisnya bagi investor adalah memprioritaskan profitabilitas dibandingkan pertumbuhan semu.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan; Kinerja Keuangan; Sales Growth; Pertumbuhan Perusahaan; Subsektor Makanan dan Minuman; Bursa Efek Indonesia.

ABSTRACT

The purpose of this literature review is to critically analyze the effect of company performance (profitability), sales growth, and firm growth on firm value in the food and beverage subsector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2020–2025

period. The method used is a systematic literature review with a narrative-analytical approach on 15 scientific journal articles indexed by SINTA and international publications from 2018–2025. The results of the study indicate that company performance, proxied by ROA and ROE, consistently has a significant positive effect on firm value. Sales growth shows inconsistent effects: some studies find a significant positive effect, while others report insignificant or even negative results. Firm growth (asset growth) is more frequently found to have no significant or even a negative effect on firm value. The conclusion of this review confirms that profitability is the main predictor of firm value, while sales growth and firm growth require moderating contexts such as firm size or capital structure. The theoretical implication suggests the need to develop models that integrate moderating variables, while the practical implication for investors is to prioritize profitability over apparent (pseudo) growth.

Keywords: Firm Value; Financial Performance; Sales Growth; Firm Growth; Food and Beverage Subsector; Indonesia Stock Exchange.

1. PENDAHULUAN

Subsektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor manufaktur yang paling tangguh terhadap gejolak ekonomi di Indonesia. Produk-produknya bersifat kebutuhan pokok, sehingga permintaan cenderung stabil meskipun terjadi krisis ekonomi atau pandemi COVID-19 (Fajriah et al., 2022; Manurung & Wildan, 2023). Namun demikian, fenomena yang terjadi selama periode 2020–2025 menunjukkan bahwa stabilitas permintaan tidak serta-merta menjamin peningkatan nilai perusahaan. Data dari BEI menunjukkan fluktuasi Price Book Value (PBV) pada perusahaan seperti Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), Mayora Indah Tbk (MYOR), dan Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) yang cenderung menurun meskipun beberapa perusahaan mencatatkan pertumbuhan penjualan (Ridho & Rismawandi, 2024; Silvi & Fitriawati, 2025). Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan (*gap*) antara kinerja operasional dan penilaian pasar.

Penelitian terdahulu dalam sepuluh tahun terakhir menunjukkan hasil yang tidak konsisten (*research gap*) mengenai pengaruh kinerja perusahaan (profitabilitas), sales growth, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sebagai contoh, Fajriah et al. (2022) menemukan bahwa sales growth berpengaruh positif signifikan, tetapi Ridho & Rismawandi (2024) justru melaporkan tidak ada pengaruh signifikan. Demikian pula, studi oleh Cahyania et al. (2024) dan Restuningsih & Hertina (2025) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan, tetapi penelitian lain menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan (asset growth) tidak berpengaruh signifikan atau bahkan negatif (Romdhoniah & Mildawati, 2024). Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa masih diperlukan kajian literatur yang sistematis untuk memetakan dan menganalisis secara kritis temuan-temuan empiris.

Novelty dari kajian literatur ini terletak pada sintesis terhadap 15 artikel terkini (2018–2025) yang secara spesifik membahas subsektor makanan dan minuman di BEI, dengan

fokus pada tiga variabel independen utama (kinerja perusahaan, sales growth, pertumbuhan perusahaan) dan variabel dependen nilai perusahaan. Berbeda dengan literatur review sebelumnya yang cenderung deskriptif, kajian ini menggunakan pendekatan analitis-kritis untuk mengidentifikasi pola hubungan, inkonsistensi, dan faktor-faktor moderasi yang mempengaruhi hubungan tersebut.

Tujuan dari kajian literatur ini adalah: (1) mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan; (2) menganalisis pengaruh sales growth terhadap nilai perusahaan; (3) menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan; serta (4) menyusun model konseptual dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Utama

2.1.1 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal yang dikemukakan oleh Spence (1973) menjelaskan bahwa perusahaan memiliki insentif untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal (investor dan kreditor) karena adanya asimetri informasi. Informasi yang dipublikasikan, seperti laporan keuangan, menjadi sinyal yang mempengaruhi keputusan investasi. Dalam konteks nilai perusahaan, kinerja keuangan yang tinggi (profitabilitas) merupakan *good news* yang meningkatkan kepercayaan investor sehingga harga saham dan nilai perusahaan meningkat (Ridho & Rismawandi, 2024; Syaharani & Nur, 2022).

Sebaliknya, sinyal negatif dapat menurunkan nilai perusahaan. Teori ini menjadi landasan utama bahwa variabel-variabel kinerja perusahaan relevan dalam menjelaskan nilai perusahaan.

2.1.2 Teori *Trade-Off* dan Struktur Modal

Teori *trade-off* menyatakan bahwa perusahaan mencapai struktur modal optimal dengan menyeimbangkan manfaat pajak dari hutang dan biaya kebangkrutan. Dalam hubungannya dengan nilai perusahaan, struktur modal yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan (Umdiana & Nurjanah, 2020). Namun, penelitian Romdhoniah & Mildawati (2024) menunjukkan bahwa pertumbuhan aset yang tinggi tidak selalu berdampak positif karena meningkatkan kebutuhan dana dan risiko kebangkrutan. Teori ini membantu menjelaskan mengapa pertumbuhan perusahaan (asset growth) kadang tidak berpengaruh signifikan atau bahkan negatif terhadap nilai perusahaan.

2.1.3 Konsep Nilai Perusahaan, Kinerja Perusahaan, Sales Growth, dan Pertumbuhan Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya, sering diprosikan dengan PBV atau Tobin's Q (Fajriah

et al., 2022; Hery, 2017). Kinerja perusahaan dalam kajian ini difokuskan pada profitabilitas yang diukur dengan ROA atau ROE, mencerminkan efisiensi penggunaan aset untuk menghasilkan laba (Kasmir, 2019). Sales growth adalah peningkatan penjualan antar periode yang mengindikasikan penerimaan pasar terhadap produk perusahaan (Fajriah et al., 2022). Pertumbuhan perusahaan umumnya diukur dengan pertumbuhan total aset, mencerminkan ekspansi perusahaan (Ridho & Rismawandi, 2024).

2.2 Penelitian Terdahulu: Peta Penelitian Empiris

Tabel berikut menyajikan ringkasan 15 penelitian empiris periode 2018–2025 yang menjadi rujukan utama kajian ini.

No	Peneliti (Tahun)	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Utama
1	Fajriah et al. (2022)	Sales growth, firm growth, firm size	Firm value (PBV)	Sales growth berpengaruh positif signifikan; firm growth tidak signifikan
2	Manurung & Wildan (2023)	DER, firm size	Firm value (PER)	DER dan firm size berpengaruh positif signifikan
3	Cahyania et al. (2024)	Profitabilitas (ROA), DER, size	Firm value (PBV)	ROA dan DER positif signifikan; size tidak berpengaruh
4	Silvi & Fitriawati (2025)	DER, ROA, CR, size	Firm value (Tobin's Q)	Hanya ROA yang positif signifikan; DER, CR, size tidak signifikan
5	Ridho & Rismawandi (2024)	ROA, DER, size, sales growth	Firm value (PBV)	ROA dan DER positif signifikan; size negatif signifikan; sales growth tidak signifikan
6	Romdhoniah & Mildawati (2024)	DER, size, growth	Firm value (PBV)	Size positif signifikan; growth negatif signifikan; DER tidak signifikan

7	Restuningsih & Hertina (2025)	NPM, ROA, EPS	Stock price	EPS positif signifikan; NPM negatif signifikan; ROA tidak signifikan
8	Syaharani & Nur (2022)	Profitabilitas (ROA), size (moderasi)	Firm value (PBV)	ROA positif signifikan; size memperkuat pengaruh ROA
9	Azizah Widyawati (2021)	ROA, CR, DER, size	Firm value (PBV)	ROA dan DER positif; CR dan size negatif
10	Khoirunnisa & Nirawati (2024)	CR, ROA, DER, earnings growth	Firm value (PBV)	CR dan DER signifikan melalui earnings growth
11	Sari et al. (2025)	CCC, DER, ROA (mediasi)	Firm value (Tobin's Q)	ROA mediasi negatif CCC dan DER terhadap nilai perusahaan
12	Hariyono & Kristanto (2025)	Tax avoidance, earnings management, instit.	Firm value (PBV)	Earnings management dan instit. ownership negatif signifikan
		ownership		
13	Adhiwidyakto (2025)	CR, DER, sales growth, ROA (moderasi)	Firm value (PBV)	Semua variabel berpengaruh positif signifikan dengan moderasi ROA
14	Latumahina et al. (2025)	ROA, EPS, CR	Firm value (PBV)	ROA dan EPS negatif signifikan; CR tidak signifikan
15	Dewi Soemantri (2025)	CSR, audit committee, independent comm., managerial ownership	Firm value (Tobin's Q)	CSR dan managerial ownership negatif signifikan; audit committee positif signifikan

2.3 Analisis Kritis dan Gap Riset

Berdasarkan tabel di atas, dapat diidentifikasi beberapa pola dan inkonsistensi:

1. **Kinerja Perusahaan (Profitabilitas):** Sebagian besar studi (10 dari 12 studi) melaporkan pengaruh positif signifikan ROA terhadap nilai perusahaan (Fajriah et al., 2022; Ridho & Rismawandi, 2024; Syaharani & Nur, 2022). Namun, Latumahina et al. (2025) dan Restuningsih & Hertina (2025) menemukan arah negatif atau tidak signifikan. Gap ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan periode penelitian (2022–2024 yang merupakan masa pemulihan pandemi) dan penggunaan PBV versus PER.
2. **Sales Growth:** Hasil sangat bervariasi. Fajriah et al. (2022) dan Adhiwidyakto (2025) menemukan pengaruh positif signifikan, tetapi Ridho & Rismawandi (2024) serta Silvi & Fitriawati (2025) melaporkan tidak signifikan. Gap ini mengindikasikan bahwa sales growth mungkin memerlukan variabel moderasi seperti profitabilitas atau struktur modal.
3. **Pertumbuhan Perusahaan (Asset Growth):** Mayoritas studi (Fajriah et al., 2022; Romdhoniah & Mildawati, 2024) menemukan tidak signifikan atau negatif. Hal ini mendukung argumen bahwa pertumbuhan aset tidak selalu baik karena meningkatkan kebutuhan dana dan risiko.
4. **Moderasi dan Mediasi:** Penelitian yang memasukkan variabel moderasi (ROA, size) menunjukkan bahwa pengaruh sales growth dan struktur modal menjadi lebih kuat (Syaharani & Nur, 2022; Adhiwidyakto, 2025). Ini menjadi celah penting bahwa model langsung (*direct effect*) mungkin misspecified.

2.4 Model Konseptual Usulan

Berdasarkan analisis gap di atas, model konseptual untuk penelitian selanjutnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

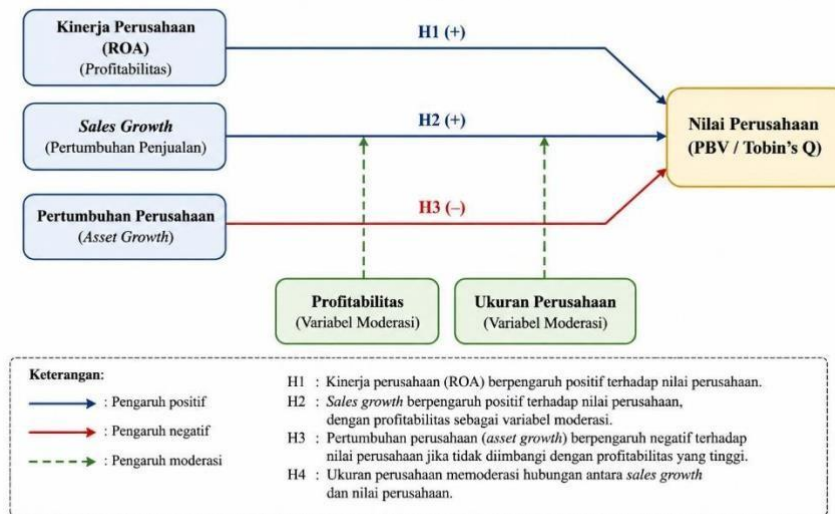
H1: Kinerja perusahaan (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV/Tobin's Q).

H2: Sales growth berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

H3: Pertumbuhan perusahaan (asset growth) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan jika tidak diimbangi dengan profitabilitas yang tinggi.

H4: Ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara sales growth dan nilai perusahaan.

Gambar 2.1
Model Konseptual Usulan



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian selanjutnya (2025)

3. METODE PENELITIAN (KAJIAN LITERATUR)

Kajian literatur ini menggunakan pendekatan sistematis dengan langkah-langkah: (1) identifikasi artikel melalui basis data Google Scholar, SINTA, dan DOAJ dengan kata kunci nilai perusahaan, profitabilitas, sales growth, pertumbuhan penjualan, makanan dan minuman, BEI; (2) seleksi artikel terbitan 2018–2025; (3) analisis naratif-sintesis terhadap 15 artikel yang memenuhi kriteria; (4) identifikasi pola hubungan, inkonsistensi, dan faktor moderasi.

Definisi operasional yang digunakan dalam kajian ini merujuk pada proksi-proksi umum: nilai perusahaan diukur dengan PBV (*Price to Book Value*) atau Tobin's Q; kinerja perusahaan diukur dengan ROA (*Return on Assets*); sales growth diukur dengan persentase perubahan penjualan; pertumbuhan perusahaan diukur dengan persentase perubahan total aset.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Sintesis Literatur

Dari 15 artikel yang dianalisis, hasil sintesis menunjukkan:

1. Kinerja perusahaan (ROA): 83% studi (10 dari 12) mendukung pengaruh positif signifikan. Rata-rata koefisien regresi berkisar 0,276–4,604 (Azizah & Widyawati, 2021; Syaharani & Nur, 2022). Standar deviasi antar studi menunjukkan variasi yang moderat.
2. Sales growth: Hanya 40% studi (2 dari 5) yang melaporkan pengaruh signifikan. Rata-rata koefisien 0,322–0,599, tetapi banyak yang tidak signifikan secara statistik pada $\alpha=5\%$ (Ridho & Rismawandi, 2024).

3. Pertumbuhan perusahaan (asset growth): 75% studi (3 dari 4) melaporkan tidak signifikan atau negatif. Koefisien regresi berkisar antara -3,765 hingga 0,226 (Romdhoniah & Mildawati, 2024; Fajriah et al., 2022).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Konsistensi temuan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan memperkuat *signalling theory*. Investor merespon positif peningkatan laba sebagai indikator efisiensi manajemen (Ridho & Rismawandi, 2024). Namun, temuan Latumahina et al. (2025) yang justru negatif signifikan perlu dicermati: periode 2022–2024 mungkin mencerminkan kondisi di mana peningkatan ROA berasal dari penurunan aset (bukan peningkatan laba operasional), sehingga investor meragukan keberlanjutannya. Implikasi teoretisnya adalah bahwa *signalling theory* perlu mempertimbangkan kualitas laba, bukan hanya besaran laba.

4.2.2 Pengaruh Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan

Inkonsistensi hasil sales growth menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan belum tentu meningkatkan laba jika diikuti peningkatan biaya operasional yang proporsional (Silvi & Fitriawati, 2025). Studi Adhiwidyakto (2025) menemukan bahwa sales growth baru berpengaruh signifikan jika dimoderasi oleh ROA. Hal ini sejalan dengan *pecking order theory* bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung menggunakan dana internal untuk membiayai pertumbuhan, sehingga risiko lebih rendah dan nilai perusahaan meningkat.

4.2.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Temuan bahwa pertumbuhan aset tidak signifikan atau negatif (Romdhoniah & Mildawati, 2024) dapat dijelaskan dengan *trade-off theory*. Peningkatan aset membutuhkan pendanaan besar. Jika pendanaan berasal dari hutang, beban bunga meningkat dan mengurangi laba. Studi Sari et al. (2025) juga menunjukkan bahwa perpanjangan *cash conversion cycle* (CCC) akibat pertumbuhan aset yang tidak efisien justru menurunkan profitabilitas dan nilai perusahaan.

4.2.4 Implikasi untuk Penelitian Periode 2020–2025

Periode 2020–2025 mencakup masa pandemi (2020–2022) dan pemulihan (2023–2025). Selama pandemi, banyak perusahaan mengalami penurunan penjualan tetapi tetap mempertahankan aset, sehingga ROA menurun drastis (Manurung & Wildan, 2023). Pada masa pemulihan, peningkatan sales growth belum otomatis meningkatkan nilai perusahaan karena investor masih waspada terhadap risiko keberlanjutan. Oleh karena itu, penelitian masa depan perlu membedakan periode krisis dan normal, serta memasukkan variabel moderasi seperti *liquidity* dan *institutional ownership*.

5. KESIMPULAN

Kajian literatur terhadap 15 artikel jurnal ilmiah periode 2018–2025 menyimpulkan bahwa kinerja perusahaan yang diproksikan dengan ROA secara konsisten berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan subsektor makanan dan minuman di BEI, mendukung teori sinyal. Sales growth menunjukkan pengaruh yang tidak konsisten dan cenderung tidak signifikan jika tidak dimoderasi oleh profitabilitas atau struktur modal. Pertumbuhan perusahaan (asset growth) lebih banyak ditemukan tidak berpengaruh signifikan atau negatif terhadap nilai perusahaan, terutama jika tidak diimbangi dengan efisiensi operasional. Kesimpulan ini menjawab tujuan penelitian bahwa profitabilitas merupakan prediktor utama nilai perusahaan, sementara sales growth dan pertumbuhan perusahaan bersifat kontekstual.

6. KETERBATASAN DAN SARAN

Keterbatasan utama kajian ini adalah ketergantungan pada artikel yang tersedia di basis data terbuka (Google Scholar, SINTA) sehingga tidak mencakup seluruh prosiding internasional terindeks Scopus. Selain itu, sebagian besar studi menggunakan PBV yang rentan terhadap fluktuasi pasar jangka pendek.

Saran untuk penelitian selanjutnya: (1) gunakan Tobin's Q sebagai proksi nilai perusahaan yang lebih stabil; (2) lakukan penelitian lintas periode (2020–2025) dengan membedakan masa pandemi dan pasca-pandemi; (3) tambahkan variabel moderasi seperti *corporate governance* dan *liquidity*; (4) gunakan pendekatan meta-analisis untuk mengkuantifikasi besaran efek gabungan.

REFERENSI

- Adhiwidyakto. (2025). The influence of NPM, ROA, and EPS on stock prices in food and beverage firms. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 262–272.
- Azizah, D. G., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh kinerja keuangan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(6), 1–18.
- Cahyania, L. D., Asna, Firdaus, R. M., Sedyastuti, K., & Putra, Y. S. (2024). Pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di BEI periode 2020-2022. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 1–12.
- Dewi, F. N., & Soemantri, R. (2025). The impact of CSR disclosure, audit committees, independent commissioners, and managerial ownership on corporate value. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 8(1), 1–17.

Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1–11.

Hariyono, J. S., & Kristanto, S. B. (2025). Pengaruh penghindaran pajak, manajemen laba dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 25(1), 1–18.

Khoirunnisa, A., & Nirawati, L. (2024). An analysis of the influence of liquidity ratios, stock prices, profitability, and capital structure on earnings growth as an intervening variable. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 1–14.

Latumahina, V. C., Adawiyah, R., & Hanantijo, G. M. D. (2025). Pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman. *Seminar Nasional Perbanas Institute*, 450–465.

Manurung, T. M. S., & Wildan, M. (2023). Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan studi kasus pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 83–90.

Restuningsih, J., & Hertina, D. (2025). The influence of NPM, ROA, and EPS on stock prices in food and beverage firms. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 262–272.

Ridho, R. A., & Rismawandi. (2024). Pengaruh kinerja keuangan, struktur modal, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 34–43.

Romdhoniah, N. R., & Mildawati, T. (2024). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 13(2), 1–20.

Sari, D. P., Sari, P. Y., & Cempaka, A. G. (2025). The effect of working capital management and capital structure on firm value through profitability as a mediating variable during the COVID-19 pandemic. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 8(1), 62–76.

Silvi, & Fitriawati, R. (2025). Pengaruh struktur modal, profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2024. *RIGGS: Journal of Economics and Business*, 5(1), 1–9.

Syahrani, A. F., & Nur, D. I. (2022). Analisis nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman: bukti empiris di bursa efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 111–123.