

ABSTRAK

Nilai perusahaan adalah kondisi yang mencerminkan kepercayaan publik yang terakumulasi melalui berbagai tahapan sejak pendiriannya. Tujuan utama didirikannya suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Investor akan menilai nilai perusahaan berdasarkan harga saham yang tercermin dari dinamika permintaan dan penawarannya di pasar modal. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan karena hal tersebut mencerminkan kesejahteraan yang lebih besar bagi pemegang saham.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, *growth opportunity*, dan *sales growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2023, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Analisis data penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan regresi data panel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini mengadopsi metode *purposive sampling*. Data yang diolah adalah data sekunder yang didapatkan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini melibatkan 23 perusahaan sebagai sampel, dengan total 92 data observasi selama empat tahun. Berdasarkan hasil analisis statistik, nilai perusahaan menunjukkan fluktuasi yang mencerminkan ketidakpastian pasar terhadap prospek bisnis, sedangkan *leverage*, *growth opportunity*, dan *sales growth* digunakan sebagai variabel penjelas untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, *growth opportunity*, dan *sales growth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan *sales growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Leverage*, *Growth Opportunity*, *Sales Growth*, Nilai Perusahaan, Sub Sektor Makanan dan Minuman, Bursa Efek Indonesia