

---

**PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA  
PERUSAHAAN SUB SEKTOR FOOD AND BEVERAGE YANG  
TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2021-2023**

Oktaviana Seuk Bria<sup>1</sup>, Stanis Man<sup>2</sup>, Yolinda Yanti Sonbay<sup>3</sup>, Henny A. Manafe<sup>4</sup>, Paskalis Seran<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

E-mail : [oktavianaseukbria23@gmail.com](mailto:oktavianaseukbria23@gmail.com)<sup>1</sup>, [stanisman08@gmail.com](mailto:stanisman08@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[yolinda81@gmail.com](mailto:yolinda81@gmail.com)<sup>3</sup>, [hennyunwira@gmail.com](mailto:hennyunwira@gmail.com)<sup>4</sup>, [seranpascalisvd@gmail.com](mailto:seranpascalisvd@gmail.com)<sup>5</sup>

---

**ABSTRACT**

*This study aims to determine: (1) the effect of profitability on firm value; (2) the effect of leverage on firm value; (3) the effect of firm size on firm value; and (4) the simultaneous effect of profitability, leverage, and firm size on firm value in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2021–2023. This study uses a quantitative method with secondary data sources. The sampling technique employed is purposive sampling, resulting in 18 food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange being selected as the research sample. The analytical tool used is panel data regression analysis with the assistance of EViews 13 software. The selection of the regression model was carried out through the Chow test, Hausman test, and Lagrange Multiplier test, and the best model chosen was the Random Effect Model (REM). The results show that profitability has a positive and significant effect on firm value, leverage has a negative and significant effect on firm value, and firm size has a negative and significant effect on firm value. In addition, profitability, leverage, and firm size simultaneously have a significant effect on firm value in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021–2023 period.*

**Keywords:** Firm Value, Profitability, Leverage, Firm Size, Food and Beverage.

**ABSTRAK**

Penelitian ini untuk mengetahui: (1) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (2) pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. (3) pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. dan (4) pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data berupa data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sehingga diperoleh sebanyak 18 perusahaan sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 13. Pemilihan model regresi dilakukan melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier, sehingga model terbaik yang digunakan adalah Random Effect Model

(REM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2023.

**Kata Kunci:** Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Food and Beverage.

## PENDAHULUAN

Perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan utama yang dapat dikategorikan dalam jangka pendek dan jangka panjang. (Brigham dan Houston, 2016) dalam jangka pendek, perusahaan berupaya memaksimalkan laba, sedangkan dalam jangka panjang perusahaan bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan menjadi indikator penting karena mencerminkan tingkat keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya serta menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula kesejahteraan yang diperoleh pemegang saham, sehingga tujuan utama perusahaan dapat tercapai.

Nilai perusahaan juga mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek dan kinerja perusahaan di masa depan. (Setiawati dan Lim, 2016), perusahaan didirikan dengan tujuan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada investor karena mencerminkan stabilitas keuangan dan prospek pertumbuhan yang baik. Dengan demikian, perusahaan yang mampu meningkatkan nilai

perusahaannya akan lebih mudah menarik minat investor untuk menanamkan modal.

Salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia adalah sektor manufaktur, khususnya sub sektor food and beverage. Sub sektor ini memiliki prospek yang relatif stabil karena produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan dasar masyarakat. Perusahaan food and beverage dituntut untuk terus berinovasi, meningkatkan kualitas produk, serta menjaga kinerja keuangan agar mampu bersaing secara nasional maupun global. Kondisi tersebut menjadikan sub sektor food and beverage sebagai salah satu sektor yang menarik bagi investor di pasar modal.

Nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage dapat diukur melalui beberapa indikator, salah satunya adalah Price to Book Value (PBV). PBV menunjukkan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan, sehingga mencerminkan tingkat kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. (Mudjijah, et al., (2019), semakin tinggi nilai PBV, semakin tinggi pula penilaian pasar terhadap kinerja dan potensi perusahaan. Oleh karena nilai Price to Book Value (PBV) pada perusahaan food and beverage periode 2021–2023 menunjukkan fluktuasi adanya perbedaan

kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham. Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan, antara lain profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan. itu, PBV digunakan dalam penelitian ini sebagai prosep nilai perusahaan kedepan.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi nilai Perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang digunakan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja keuangan yang baik dan memberikan sinyal positif kepada investor. Salah satu indikator profitabilitas yang sering digunakan adalah Return on Equity (ROE), yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi pemegang saham. Semakin tinggi ROE, semakin besar potensi peningkatan nilai perusahaan. Menurut Kasmir (2016:196)

Selain profitabilitas, leverage juga menjadi faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai hutang. bahwa leverage mencerminkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam membiayai aktivitas operasionalnya. Penggunaan leverage yang tepat dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun leverage yang terlalu tinggi justru dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan kepercayaan investor ( Hery, 2017). Leverage dalam penelitian ini diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER), yang

menunjukkan perbandingan antara total utang dan modal sendiri perusahaan.

Faktor lain yang turut memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Riyanto (2013), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang umumnya diukur melalui total aset. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki akses pendanaan yang lebih luas, stabilitas usaha yang lebih baik, serta tingkat kepercayaan investor yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan dengan ukuran besar berpotensi memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan berukuran kecil. ( Hery, 2017), ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang besar, sehingga respon yang positif ini dapat mencerminkan untuk meningkatnya nilai perusahaan. Dengan demikian ketika ukuran perusahaan naik maka nilai perusahaan akan naik. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aset. Karena nilai total aset biasanya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya maka dimaksudkan untuk mengurangi peluang heterokedastis maka variabel aset diperhalus menjadi  $\ln(\text{total asset})$ .

Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa profitabilitas *Return Of Equity* (ROE), yang dilakukan Oleh (Naulita dan Riska Rosdian,

2022) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Chasanah dan Andhi, (2018) menyampaikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muharrama dan Hakim, (2021) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan leverage penelitian ini dengan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) dilakukan oleh (Adenugba dan Kesirno, 2016) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (Nandita dan Kusumawati, 2020) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan oleh (Rudangga dan Sudiarta, 2016) memiliki hasil yang bertentangan, bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adapun penelitian yang berkaitan Ukuran Perusahaan dilakukan oleh (Setiawaati dan Meliana, 2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Novari dan Lestari, 2016) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun penelitian yang dilakukan (Aluy dan Marjam, 2017) memiliki hasil yang bertentangan dimana hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, serta adanya fluktuasi nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor food and beverage yang terdaftar di BEI periode 2021–2023, maka penelitian ini penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

## Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sector food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2023, baik secara parsial maupun simultan, serta untuk menggambarkan nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage tersebut selama periode penelitian.

## Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

### 1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen keuangan perusahaan.

### Manfaat Praktis

#### a. Membantu investor

Nilai perusahaan dapat menjadikan ukuran objektif nilai investasi, sehingga dapat membantu investor dalam mengambil keputusan investor.

- b. Membantu peneliti  
Hasil penelitian dapat referensi dan wawasan bagi peneliti, baik untuk menambah pengetahuan maupun untuk melakukan penelitian serupa.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, yakni pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif, merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme serta digunakan untuk meneliti. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data, disusun, diinterpretasikan, dan dianalisis sehingga memberikan kesimpulan yang jelas dan objektif terhadap masalah yang ada.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 43 Perusahaan sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021-2023. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Berikut ini kriteria perhitungan jumlah sampel penelitian pada perusahaan sub sektor Food and Beverage sebagai berikut:

1. Perusahaan sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) tahun 2021-2023.
2. Perusahaan sub sektor Food and Beverage yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan selama 2021-2023.
3. Perusahaan sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang

memiliki laba bersih dalam laporan keuangan dari tahun 2021-2023.

**Tabel 3.1**  
**Daftar Sampel**

N0	Emiten	Nama Perusahaan
1	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk
2	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
3	BWPT	Eagle High Plantations Tbk
4	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
5	CLEO	sariguna Primantinta Tbk
6	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
7	CPIN	Charoen Pokphang Nusantara Tbk
8	DLTA	Delta Djakarta Tbk
9	FAPA	Fup Angri Tbk
10	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk
11	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk
12	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
13	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
14	DSFI	Dharma Satya Samudra Tbk
15	FISH	Fks Multia Agro Tbk
16	AALI	Astra Agro Lestari Tbk
17	GOOD	Garu Food Putra Jaya Tbk
18	ADES	Akasha Wira International Tbk

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Dimana Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengolahan terlebih dahulu dan menjadi data yang ditetapkan, yakni berupa laporan keuangan perusahaan. Data yang digunakan diperoleh dari beberapa sumber resmi Website seperti Bursa Efek Indonesia (BEI), saham ok, dan Yahoo Finance.<http://www.idx.co.id>.

### Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi data panel yang meliputi tiga model, yaitu *Common Effect Model (CEM)*, *Fixed Effect Model (FEM)*, dan *Random Effect Model (REM)*. Pemilihan model terbaik dilakukan melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + b_1X_{1it} + b_2X_{2it} + b_3X_{3it} + e$$

- $Y_{it}$  = Nilai Perusahaan
- $\alpha$  = Konstanta
- $X_1$  = Profitabilitas
- $X_2$  = Leverage
- $X_3$  = Ukuran Perusahaan
- $b(1,2,3)$  = Koefisien regresi masing-masing variabel independen
- $e$  = *Error term*
- $t$  = Waktu (Tahun 2021-2023)
- $i$  = Jumlah Entitas

**Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis**

Uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas, dan autokorelasi. Uji hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Gambaran Umum Hasil**

Obyek penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah perusahaan pada sektor infrastruktur sub sektor *heavy contruction and civil engineering* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Pada periode ini terdapat 27 perusahaan, akan tetapi setelah dilakukan *purposive sampling* maka diperoleh sampel yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini sebanyak 18 perusahaan. Berikut ini akan

dijelaskan secara singkat 18 perusahaan yang dijadikan sebagai sampel.

Berdasarkan hasil uji Chow dan uji Hausman dan uji Uji *Lagrange Multiplier* yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh bahwa model estimasi yang paling sesuai untuk data panel dalam penelitian ini adalah *random effect model*. Oleh karena itu, analisis regresi data panel selanjutnya akan menggunakan model REM guna mengestimasi pengaruh variabel dependen yaitu nilai perusahaan dan variabel independen terdiri dari profitabilitas ( $X_1$ ), *Leverage* ( $X_2$ ) ukuran perusahaan ( $X_3$ ) sebagai berikut

**Tabel 4.12**  
**Random Effect model (REM)**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	79.17421	24.65005	3.211929	0.0023
X1	15.06922	6.935564	2.172746	0.0346
X2	-1.652574	0.732286	-2.256733	0.0284
X3	-25.27600	6.867454	-3.680548	0.0006
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			3.909209	0.6131
Idiosyncratic random			3.105561	0.3869
Weighted Statistics				
R-squared	0.318265	Mean dependent var	1.438688	
Adjusted R-squared	0.277361	S.D. dependent var	3.653748	
S.E. of regression	3.105984	Sum squared resid	482.3568	
F-statistic	7.780777	Durbin-Watson stat	2.227334	
Prob(F-statistic)	0.000233			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.498115	Mean dependent var	3.450920	
Sum squared resid	1198.606	Durbin-Watson stat	0.896349	

$$Y = 79.17421 + 15.06922 X_1 + - 1.652574 X_2 + - 25.27600 X_3 + e$$

**Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan ( Hipotesis 1)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yaitu *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu *price book value* (PBV), hal ini dibuktikan dengan

variabel profitabilitas memiliki nilai t hitung sebesar  $2.172746 > 2.009$  dengan nilai signifikan  $0.0346 < 0,05$ . Hipotesis satu yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *price book value* (PBV) diterima serta terbukti kebenarannya. Berdasarkan analisis deskriptif pada delapan belas perusahaan sub sektor food and beverage selama periode 2021–2023, profitabilitas mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba. Nilai *Return on Equity* (ROE) yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan tingkat pengembalian yang optimal bagi pemegang saham.

Kondisi tersebut meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Brigham & Houston (2014) temuan penelitian ini juga selaras dengan pendapat (Gitman 2015) yang menyatakan bahwa ROE merupakan indikator yang sangat penting bagi investor karena mengukur tingkat pengembalian (return) atas modal yang ditanamkan. Investor cenderung memilih perusahaan yang memiliki tingkat ROE dengan nilai tinggi karena dianggap lebih mampu memberikan keuntungan yang optimal dalam jangka panjang. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang konsisten. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan signaling theory yang dikemukakan oleh (Spence 1973) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi merupakan sinyal positif bagi pasar. ROE yang tinggi mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola modal sendiri untuk menghasilkan laba bersih, sehingga

meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek dan kinerja perusahaan di masa depan. Penelitian yang dilakukan oleh Naulita dan Riska Rosdian (2022) serta Chasanah dan Andhi (2018) menemukan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan signaling theory, di mana tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek dan kinerja perusahaan di masa depan, sehingga mendorong peningkatan harga saham dan nilai perusahaan.

Namun demikian, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Muharragma dan Hakim (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik industri, periode penelitian, serta kondisi ekonomi yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mengonversi laba menjadi peningkatan nilai perusahaan.

## **Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan ( Hipotesis 2)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel leverage yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu *price book value* (PBV), hal ini dibuktikan dengan variabel leverage memiliki nilai t hitung sebesar  $2.2256733 > 2.009$  dengan nilai signifikan  $0.0284 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis dua yang menyatakan bahwa leverage memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *price book value* (PBV) diterima, namun arah pengaruhnya leverage terhadap nilai perusahaan adalah negatif.

Pengaruh negatif leverage menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat utang perusahaan, maka semakin rendah nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan Trade-Off Theory yang dikemukakan oleh Myres (1984), yang menyatakan bahwa penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan risiko gagal bayar dan biaya kebangkrutan, sehingga menurunkan nilai perusahaan. Berdasarkan analisis deskriptif leverage Tahun 2021–2023 Perusahaan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) tinggi memiliki tingkat ketergantungan pada pendanaan utang yang lebih besar. Perusahaan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) rendah menunjukkan struktur permodalan yang lebih sehat dan stabil. Fluktuasi DER ini diikuti oleh perubahan nilai perusahaan, di mana perusahaan dengan DER tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih rendah.

Hal ini memperkuat hasil uji t bahwa leverage membawa efek negatif terhadap persepsi pasar. Investor di sektor food and beverage tampaknya menghindari perusahaan dengan tingkat utang tinggi karena dianggap memiliki risiko gagal bayar yang lebih besar, terutama pada periode pemulihan ekonomi. Menyatakan bahwa penggunaan utang memberikan manfaat berupa penghematan pajak (tax shield), namun juga menimbulkan biaya kebangkrutan (bankruptcy cost). Ketika perusahaan terlalu banyak menggunakan utang, biaya kebangkrutan meningkat dan menyebabkan penurunan nilai perusahaan. (Kraus & Litzenberger, 1973)

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nandita dan Kusumawati (2020) yang menyatakan bahwa leverage

berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Tingginya tingkat utang dapat menurunkan kepercayaan investor karena meningkatkan risiko gagal bayar dan ketidakstabilan keuangan perusahaan.

Sebaliknya, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adenugba dan Kesirno (2016) serta Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menemukan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa penggunaan utang dapat memberikan dampak yang berbeda tergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengelola utang serta kondisi industri dan pasar modal.

### **Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Hipotesis 3)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan yaitu Firm Size berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu *price book value* (PBV), hal ini dibuktikan dengan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar  $3.680548 > t$  tabel 2.009 dengan nilai signifikan  $0,0006 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan, justru nilai perusahaannya cenderung menurun. Hipotesis yang diajukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima, namun arah pengaruhnya adalah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan aset besar dalam sektor food and beverage selama periode 2021–2023 belum mampu memanfaatkan besarnya aset tersebut untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan food and beverage relatif besar dan stabil. Namun, beberapa perusahaan besar menunjukkan fluktuasi profitabilitas dan peningkatan leverage. Perusahaan dengan ukuran besar selama 2021–2023 justru tidak memberikan peningkatan signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini memperkuat hasil uji statistik bahwa ukuran perusahaan tidak memberikan sinyal positif bagi investor, justru menunjukkan bahwa perusahaan besar belum mampu memberikan return yang optimal.

Perusahaan yang semakin besar cenderung mengalami masalah keagenan yang lebih tinggi, seperti manajemen yang kurang efisien, pemborosan sumber daya, dan pengambilan keputusan yang kurang tepat. Kondisi ini dapat menurunkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan besar umumnya memiliki arus kas bebas yang tinggi, namun dana tersebut berpotensi digunakan untuk investasi yang tidak menguntungkan, sehingga meningkatkan biaya keagenan dan memicu konflik antara manajemen dan investor. Investor memandang kondisi ini sebagai sinyal negatif yang pada akhirnya menurunkan nilai perusahaan (Jensen & Meckling, 1976).

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Meliana (2018) serta Novari dan Lestari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan besar cenderung memiliki aset yang lebih stabil, akses pendanaan yang luas, serta tingkat kepercayaan investor yang lebih tinggi.

Namun demikian, penelitian Aluy dan Marjam (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bahkan beberapa penelitian menunjukkan pengaruh negatif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, yang dapat disebabkan oleh inefisiensi pengelolaan aset dan meningkatnya biaya operasional pada perusahaan berskala besar. Pemuan penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu yang menemukan pengaruh negatif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

#### **Profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Hipotesis 4)**

Berdasarkan hasil regresi model menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (X1), Leverage (X2), dan ukuran perusahaan (X3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. dengan membuktikan dengan nilai F hitung  $> F$  table ( $7.780777 > 2.80$  atau signifikan  $0,000233 < 0,05$ . berdasarkan uji F, ketiga variabel independen ROE, DER, dan Size secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini berarti bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh kombinasi dari profitabilitas, tingkat utang, dan skala aset perusahaan secara bersamaan. Sesuai dengan hasil penelitian nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor keuangan, melainkan keseluruhan struktur keuangan perusahaan. Perusahaan yang profitable, mampu mengelola utang secara optimal, dan memiliki skala aset yang efisien akan lebih disukai oleh investor dan dihargai lebih tinggi di pasar. Didukung oleh teori Menurut Brigham & Houston (2019), nilai perusahaan merupakan fungsi dari keputusan

pendanaan, keputusan investasi, dan kemampuan menghasilkan laba. Weston & Copeland (2018) menjelaskan bahwa kombinasi struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan menentukan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Penelitian Akhmad Darmawan (2020) juga menemukan bahwa profitabilitas dan leverage secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kombinasi indikator keuangan internal perusahaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023 sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai t hitung  $2.172746 > 2.009$  dengan signifikansi  $0.0346 < 0,05$ . Dengan demikian, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel leverage memiliki nilai t hitung  $-2,2256733 > 2.009$  (nilai absolut lebih besar dari t tabel) dengan signifikansi  $0.0284 < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa leverage

berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Variabel ukuran perusahaan memiliki t hitung  $3.680548 > 2.009$  dengan nilai signifikansi  $0,0006 < 0,05$ . Ini berarti ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Variabel profitabilitas (X1), Leverage (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan membuktikan dengan nilai F hitung  $> F$  table ( $7.780777 > 2.80$  atau signifikansi  $0,000233 < 0,05$ ). Berdasarkan uji F, ketiga variabel independen ROE, DER, dan Size secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adenugba, A. A., & Kesirno, S. (2016). *Leverage and firm value: Evidence from Nigerian firms. International Journal of Business and Finance Research*, 10(3), 45–56.
- Aluy, C. A., Tulung, J. E., & Maramis, J. B. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal EMBA*, 5(2), 1238–1247.
- Brigham, E. F., dan Houston, J.F. (2019). *Dasar-dasar Manajemen keuangan* (13<sup>th</sup> ed) Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F., and Houston, J. F. (2018). *Fundamentals of financial management* (15<sup>th</sup> ed.). Cengage Learning.

- Chasanah, A. N., & Adhi, D. K. (2018). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(6), 1–16.
- Darmawan, A. (2020). Pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 55–67.
- Hery. (2017). *Kajian riset akuntansi*. Grasindo.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kasmir. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 35–45.
- Muharrama, R., & Hakim, L. (2021). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer*, 4(1), 33–44.
- Myers, S. C. (1984). The capital structure puzzle. *The Journal of Finance*, 39(3), 575–592.
- Naulita, Y., & Rosdian, R. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 14(2), 89–101.
- Nandita, A., & Kusumawati, R. (2020). Leverage dan nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 66–78.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- Riyanto, B. (2013). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan* (Edisi 4). BPFE.
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2016). Analisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 20(2), 125–140.
- Setiawati, & Meliana. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(1), 45–58.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Weston, J. F., & Copeland, T. E. (2018). *Managerial finance*. Dryden Press