



Pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Wulandari Agustiningih¹, Natasya Dwi Septiani²

^{1,2}Universitas Esa Unggul Jakarta

¹wulandari.agustiningih@esaunggul.ac.id, ²natasyad137@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 27 Agustus 2022
Disetujui 14 Oktober 2022
Diterbitkan 25 Oktober 2022

Kata kunci:

Covid-19; Nilai perusahaan;
Ukuran perusahaan;
Profitabilitas; Tingkat
hutang

Keywords :

Covid-19; The value of the
company; Company size;
Profitability; Debt level

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Desain dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian asosiatif yang bersifat kuantitatif. Data yang bersumber dari data sekunder berupa studi kepustakaan. Populasi penelitian ini merupakan perusahaan sektor makanan dan minuman yang telah masuk dalam daftar BEI tahun 2018-2020. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data yang telah diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan teknik regresi linear berganda. Namun sebelumnya akan dilakukan pengujian menggunakan teknik uji asumsi klasik. Penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan serta profitabilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan atas nilai perusahaan. Sedangkan leverage memiliki pengaruh negatif dan signifikan atas nilai perusahaan. Para investor yang ingin menginvestasikan dana pada suatu perusahaan terutama perusahaan makanan dan minuman harus mengetahui dan mempertimbangkan kinerja serta nilai perusahaan yang dapat tercermin dari beberapa aspek rasio keuangan seperti Size, DAR, ROA karena rasio-rasio tersebut dapat menilai tingkat risiko dari investasi saham pada perusahaan makanan dan minuman.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of firm size, profitability, and leverage on firm value. The design in this study is to use quantitative associative research. Data sourced from secondary data in the form of library research. The population of this study is the food and beverage sector companies that have been included in the IDX list for 2018-2020. Sampling using purposive sampling. The data that has been obtained will be analyzed using multiple linear regression techniques. But before that, a test will be carried out using the classical assumption test technique. This study shows that firm size and profitability have a positive and significant impact on firm value. Meanwhile, leverage has a negative and significant effect on firm value. Investors who want to invest in a company, especially a food and beverage company, must know and consider the company's performance and value which can be reflected in several aspects of financial ratios such as Size, DAR, ROA because these ratios can assess the level of risk of investing in shares in the company food and drink.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.
Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY NC
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Dunia bisnis yang kian persaingannya semakin tinggi dan ketat menyebabkan setiap pemilik usaha menggunakan beragam cara untuk mencapai tujuan utama dari usaha tersebut, oleh karena itu agar tujuan yang telah dibuat dapat terpenuhi harus mempertimbangkan dan memenuhi beberapa aspek. Salah satu aspek yang dapat diperhatikan adalah aspek dari segi nilai perusahaan (Natalie & Lisiantara, 2022). Suatu perusahaan yang memiliki nilai perusahaan baik dan tinggi dapat menunjukkan bahwa pemilik perusahaan kehidupannya akan tenang sehingga perusahaan tersebut dapat membuat calon investor yang akan berinvestasi menjadi tertarik serta percaya untuk menanamkan modal kepada perusahaan. Hal ini bisa diketahui dari segi harga saham yang akan dijual di pasar modal (Himawan, 2020). Aspek nilai perusahaan tersebut dianggap sangat penting bagi setiap perusahaan dikarenakan nilai perusahaan adalah salah satu hal yang digunakan sebagai acuan atau patokan utama setiap investor yang ingin membeli saham (Solikhan et al., 2013).

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap salah satu aspek bisnis yaitu nilai perusahaan. Pengaruh tersebut kian besar dan semakin sukses perusahaan maka secara otomatis mempermudah perusahaan tersebut dalam memperoleh tambahan dana, baik secara internal maupun eksternal (Muharramah & Hakim, 2021). Ukuran perusahaan meningkat jika dikaitkan dengan keputusan keuangan yang akan diambil

perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Aryanti et al., 2020). Perusahaan dengan resiko saham perusahaan yang luas akan berdampak mengurangi pengendalian pihak investor, perusahaan besar cenderung lebih berani dibandingkan perusahaan kecil dalam mengeluarkan saham baru untuk memenuhi permintaan perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). *Leverage* mempunyai pengaruh besar kecilnya nilai perusahaan yang didapatkan suatu perusahaan. *Leverage* ialah teknik yang biasa dipakai oleh penaksir ketika ingin menaksir resiko yang ada pada perusahaan tersebut. Hal tersebut berarti *leverage* dengan hasil risikoyang menjukan angka semakin besar, maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari investasitersebut semakin besar juga. *Leverage* harus diolah sedemikian rupa agar nilai perusahaantersebut juga meningkat dengan cepat. Hal ini dikarenakan, setiap hutang yang digunakantinggi oleh perusahaan secara otomatis nilai perusahaan juga akan meningkat. Apabila ingin menghitung jumlah *Leverage*, alat ukur yang digunakan berupa *Debt to Aset Ratio* (DAR). Dengan menggunakan rasio ini berarti bahwa seseorang mengukur aset dana yang berasal dari utang yang digunakan untuk pembiayaan segala kebutuhan perusahaan (Dewantari et al., 2019).

Profitabilitas penting dalam hal keahlian perusahaan lantaran hal ini berguna untuk menghasilkan dan mendapatkan keuntungan serta memberikan indikasi kinerja perusahaan (Putra & Wahyuni, 2021). Profitabilitas menunjukkan bahwa persepsi setiap investor akan berbeda-beda. Suatu hal yang memiliki keterkaitan sering dikaitkan dengan tingginya harga saham. Sehingga efeknya adalah karena investor aktif dan mendorong harga saham naik, dan kemudian mempromosikan nilai perusahaan (F. Handayani & Martha, 2019). Ketika nilai perusahaan meningkat dan menjadi semakin tinggi, pasar dan konsumen akan mempercayai berbagai hal terkait perusahaan, mulai dari kinerja, kualitas, hingga prospek kerja perusahaan tersebut di masa yang akan mendatang (Lisa & Sutarna, 2018).

Penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini yaitu dilakukan oleh Salehi et al. (2022) tentang pengaruh kinerja investasi pada nilai perusahaan dengan kepemilikan institusional dan dewan direksi sebagai variabel moderasi, namun yang membedakan penelitian ini adalah tidak adanya variabel moderasi dan peneliti menambahkan *leverage*. Selain itu, fokus penelitian juga berbeda karena penelitian ini mengkaji sektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia sedangkan jurnal rujukan mengkaji pasar saham di Italia akibat beberapa hasil penelitian sebelumnya juga mendorong peneliti untuk mengkaji nilai dari perusahaan (Astuti & Yadnya, 2019). Penelitian tersebut disusun guna mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan juga *leverage* terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Awulle et al., 2018).

Ukuran perusahaan juga dapat dihitung dan disimpulkan berdasarkan besaran perusahaan tersebut. Besaran tersebut dilihat dari jumlah ekuitas, penjualan, hingga jumlah aset yang menjadi milik perusahaan. Apabila perusahaan memiliki jumlah aset yang cukup besar, maka dengan begitu akan membuat pihak manajemen semakin mudah dalam penggunaan aset untuk membantu proses peningkatan nilai perusahaan (Dewi & Abundanti, 2019).

Nandita & Kusumawati (2018) menjelaskan bahwa profitabilitas dapat memberikan pengaruh positif yang signifikan atas nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi mencerminkan bahwa perusahaan tersebut baik-baik saja dan mempunyai prospek kerja yang baik untuk masa depan (Kusumawati & Rosady, 2018). Investor memberikan sinyal positif dengan melakukan pembelian pada saham perusahaan. Saat investor tertarik untuk melakukan pembelian atas saham perusahaan, maka hal tersebut berpengaruh besar terhadap harga saham dan nilai-nilai sosial yang penting (Gita & Yusuf, 2019).

Badruddien et al. (2017) menjelaskan bahwa *leverage* dapat memberikan dampak positif pada nilai perusahaan. *Leverage* dapat dihitung dari jumlah yang diberikan oleh kreditur serta rasio yang membandingkan total hutang suatu perusahaan dengan jumlah aset perusahaan (S. Handayani & Karnawati, 2021). Jika investor melihat perusahaan dengan aset tinggi namun risiko utang tinggi, para investor harus berpikir ulang untuk menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut (Lisa & Sutarna, 2018). Hal ini karena investor khawatir aset yang tinggi akan berasal dari utang dan meningkatkan risiko investasi jika perusahaan tidak mampu membayar kewajiban mereka pada waktu yang telah ditentukan.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penelitian dilakukan berdasarkan data perusahaan sektor makanan dan minuman yang telah masuk dalam daftar BEI tahun 2018-2020.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis desain penelitian asosiatif. Jenis informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder atau informasi tambahan. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, yaitu ukuran organisasi atau bisnis yang diwakili oleh total aset Ln, tingkat utang yang diwakili oleh *Debt to Asset Ratio* (DAR), dan profitabilitas yang diwakili oleh *Return on Aset* (ROA). Ada juga variabel lingkungan perusahaan sebagai variabel dependen, yang dinyatakan sebagai *Price to Book Value* (PBV).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020. Data survei dapat diakses dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) (www.idx.co.id dan ICMD). Populasi penelitian adalah 33 perusahaan dengan menggunakan teknik sampling bertarget atau purposive sampling. Penentuan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa kriteria yaitu, berdasarkan kriteria berikut: Perusahaan yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia, termasuk sektor makanan dan minuman periode 2018-2020, menerbitkan laporan keuangan dan menyampaikan data rasio yang dipersyaratkan.

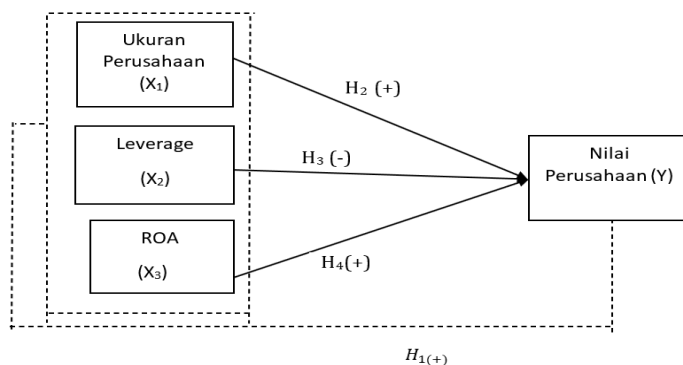
Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Sebelum dilakukan analisis, peneliti terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$PBV = a + b_1LnTA - b_2DAR + b_3ROA + e \quad (1)$$

Keterangan:

- PBV = nilai perusahaan
- α = nilai konstanta
- LnTA = ukuran perusahaan
- DAR = *leverage*
- ROA = profitabilitas
- e = variabel pengganggu (standar *error*)

Model Penelitian



Gambar 1 Model Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai perusahaan	33	,018429	28,883910	5,17597485	7,430000168
Size	33	27,340	32,726	29,28203	1,559856
DAR	33	,1406	,6044	,367682	,1477407
ROA	33	,001	,424	,11622	,097362
Valid N (listwise)	33				

Sumber: Output data yang diolah penulis, 2022

Berdasarkan analisis statistik, ukuran sampel (N) adalah 33 perusahaan di sektor makanan dan minuman dari 2018-2020. Data dari sampel survei menunjukkan bahwa perusahaan yang diprosikan dengan PBV yaitu PT Mayora Tbk pada 2019 memiliki nilai minimum sebesar 0,5018429. Skor tertinggi dari PT Multi Bintang Indonesia Tbk yaitu 28.883 poin. Pada tahun 2018 dengan rata-rata 5,1759 dan standar deviasi 7,43003. Ukuran variabel yang mewakili Ln memiliki total aset dengan nilai minimum yaitu PT Sekar Makmur Tbk sebesar 27.340. Nilai maksimum diperoleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk sebesar 32.726 tahun 2020, nilai rata-ratanya adalah 29.28203 serta standar deviasinya adalah 1.559856.

Pada Variabel *leverage*, PT. Multi Bintang Tbk mendapat nilai maksimal yaitu sebesar 0,6044 sedangkan PT. Ultrajaya Milk Industry mendapatkan nilai minimum sebesar 0,1406, Nilai mean sebesar 0,367682 dan std. deviasi bernilai 0,1477407. Dalam hal ini dapat diasumsikan bahwa tingkat hutang pada sektor makanan dan minuman periode 2018- 2020 mencapai 0,368 atau 36,8%. Rata-rata Profitabilitas pada sektor ini sebesar 0,116 atau 11,6% pada periode 2018-2020. Nilai minimum untuk ROA sebesar 0,001 diperoleh PT. Sekar Bumi Tbk sedangkan nilai maksimal dicapai oleh PT. Multi Bintang Tbk pada tahun 2018. Standar deviasi pada variabel profitabilitas ialah 0,097362. Nilai rata-rata dari variabel Ln Total Aset, DAR, serta ROA lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi masing-masing variabel, sehingga memberikan indikasi bahwa data yang digunakan mempunyai sebaran yang kecil. Simpangan data pada variabel bebas dalam sektor makanan dan minuman dapat dikatakan dalam kondisi yang baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas memeriksa apakah data penelitian terdistribusi normal. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Kolmogorov Smirnov untuk menguji normalitas data. Jika nilai *Assymp.Sig.(2-tailed) > 0,05* maka data berdistribusi normal (eriskusnadi.com). Data untuk penelitian ini berasal dari *Assymp.Sig. (2-tailed)* Nilai 0,062.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memungkinkan peneliti untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Uji multikolinearitas dilihat berdasarkan skor toleransi dan skor VIF. Disimpulkan bahwa dengan nilai *tolerance > 0.100* dan nilai VIF < 10.00 WIB tidak terdapat indikasi multikolinearitas (Sunaryo dan Siagian, 2018). Nilai yang diizinkan untuk variabel independen ROA, SIZE, dan DAR (0,332, 0,526, dan 0,101), masing-masing, lebih besar dari 0,100, dan VIF (3,011, 1,902, dan 9,896) berarti nilai kurang dari 10,00. Kita dapat sampai pada kesimpulan bahwa asumsi multikolinearitas terpenuhi atau tidak ada indikasi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, dan uji heteroskedastisitas dinilai berdasarkan signifikansinya. Jika nilai signifikansi lebih besardari 0,05 maka data tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas. Variabel independen ROA memiliki nilai signifikansi 0,865, ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi 0,882, dan variabel leverage memiliki nilai signifikansi 0,664. Berdasarkan analisis ini, kita dapat mengatakan bahwa data tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Penelitian ini menggunakan uji Run Test untuk menilai apakah terjadi gejala autokorelasi dalam data. Suatu data dapat dikatakan bebas dari gejala autokorelasi apabila nilai *Assymp.Sig.(2-tailed) > 0,05* (eriskusnadi.com). Data dalam penelitian sudah lolos uji autokorelasi karena nilai *Assymp.Sig.(2-tailed) = 0.078* yang man lebih besar dari 0,05 berkesimpulan bahwa data tidak mengandung atokolerasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil data pengujian maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 LnTA - b_2 DAR + b_3 ROA + e \quad (2)$$

$$PBV = 2.513 + 2.232_{LnTA} - 2.538_{DAR} + 10.829_{ROA} \quad (3)$$

Nilai konstanta untuk persamaan regresi ini adalah 2.513. Artinya nilai tetap yang terdeteksi oleh PBV pada industri makanan dan minuman diharapkan mencapai 2.513 ketika semua variabel independen sama dengan nol. Variabel *size* memiliki koefisien regresi sebesar -2.232 artinya setiap peningkatan satuan *size* akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 2.232. Variabel *Debt to Asset Ratio* memiliki koefisien regresi sebesar 2.238 artinya jika semua variabel lain konstan bernilai satu maka menaikkan nilai perusahaan sebesar 2.238. Kemudian variabel *Return on asset* memiliki koefisien regresi sebesar 10.829 artinya setiap peningkatan satuan interaksi *Return on asset* maka nilai perusahaan mengalami peningkatan 10.829.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan analisis model regresi variabel ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas. Nilai *R-squared* yang disesuaikan adalah antara 0 dan 1. Ketika nilai *Adjusted R-squared* mendekati 1, dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Berdasarkan hasil pengujian, koefisien determinasi (R^2) mewakili nilai *R-squared* yang disesuaikan sebesar 0,982, yang setara dengan 98,2%. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas, dengan 1,8% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini. Variabel profitabilitas memiliki dampak terbesar terhadap nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Koefisien	Keterangan
H1	Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Thitung > Ttabel 136,932 > 1,692 Nilai Sig. < 0,05 0,000	Hipotesis Diterima
H2	Terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	Thitung > Ttabel 2,538 > 1,692 Nilai Sig. < 0,05 0,020	Hipotesis Diterima
H3	Terdapat pengaruh negatif leverage terhadap nilai perusahaan	Thitung > Ttabel -2,232 > -1,692 Nilai Sig. < 0,05 0,038	Hipotesis Diterima
H4	Terdapat pengaruh positif terhadap nilai perusahaan	Thitung > Ttabel 10,829 > 1,692 Nilai Sig. < 0,05 0,000	Hipotesis Diterima

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian konkuren, variabel ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu kriteria pembelian bagi investor adalah ukuran perusahaan dan laporan keuangan tahunannya. Perusahaan besar cenderung lebih stabil. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki tim manajemen yang baik, yang mendorong investor untuk membeli saham perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Leverage (DAR) mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini karena leverage dapat menurunkan nilai perusahaan. Leverage yang tinggi menunjukkan bahwa aset perusahaan terutama dibiayai oleh hutang, membuat investor berhati-hati dan mengurangi permintaan saham, yang menyebabkan penurunan nilai perusahaan. ROA mempengaruhi nilai suatu perusahaan karena ketika profitabilitas perusahaan besar, maka kinerja dan produktivitas perusahaan itu baik. Jika suatu perusahaan menguntungkan, maka kepercayaan investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut tinggi (Setiawati & Lim, 2018). Hasil ini sejalan dengan penelitian Khoirunnisa & Asih (2021) dan Dewi & Abundanti (2019) bahwa ukuran perusahaan, tingkat utang, dan profitabilitas memberikan pengaruh atas nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial variabel *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu **H2 diterima**. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan yang besar membuat perusahaan tersebut lebih stabil dalam mengelola aset dan memperoleh pendapatan. Pengelolaan aset yang stabil dapat meningkatkan nilai perusahaan karena kepercayaan investor juga meningkat. Sebuah perusahaan yang sudah termasuk skala ukuran besar memiliki kemudahan untuk memperoleh dana dari pasar modal serta meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Putri & Ramadhan, 2020). Selain itu perusahaan dengan ukuran besar mampu melakukan ekspansi pasar serta inovasi dibandingkan perusahaan kecil mengingat aset yang mereka miliki lebih banyak. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh S. Handayani & Karnawati (2021) dan Yanti & Darmayanti (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan .

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji-T, variabel *Debt to Assets Ratio* (DAR) berpengaruh sangat besar terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, **hipotesis ketiga diterima** yaitu DAR memiliki dampak negatif pada nilai perusahaan. Dengan kata lain, *leverage* dapat menurunkan nilai suatu perusahaan, dan sebaliknya, ketika hutang perusahaan rendah maka nilai perusahaan meningkat. Karena pengelolaan utang yang besar dapat meningkatkan risiko perusahaan seperti: risiko gagal bayar dan suku bunga tinggi. Semakin tinggi risiko kepemilikan utang, investor semakin berhati-hati, yang pada akhirnya menurunkan nilai perusahaan yang ditandai dengan turunnya harga saham. Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lisa & Utama (2018) dan Dewi & Abundanti (2019) menyimpulkan ukuran perusahaan memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial yang dilakukan menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, **Hipotesis keempat diterima**. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan modal perusahaan dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan tergantung pada peningkatan margin laba. Investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang menguntungkan dan menghasilkan return yang lebih tinggi. Tren keuntungan yang terus meningkat mendorong harga keuntungan dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang meningkat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat efisien dan produktif. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan (Setiawati & Lim, 2018). Hasil ini mendukung penelitian Gita & Yusuf (2019) dan Kusumawati & Rosady (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil Penelitian menemukan bahwa ukuran perusahaan, yang ditunjukkan oleh total aset, *leverage* oleh DAR, dan profitabilitas, yang ditunjukkan oleh ROA, memiliki pengaruh yang besar terhadap nilai perusahaan. *Size* memiliki pengaruh pada nilai perusahaan karena investor tertarik dengan kestabilan pengelolaan keuangan dan hal ini biasanya lebih bisa dicapai oleh perusahaan dengan skala besar dibandingkan perusahaan kecil. Tingkat utang memiliki dampak pada nilai perusahaan karena pengelolaan utang yang bagus dapat meningkatkan kepercayaan investor dan selanjutnya mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena pendapatan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang bagus, dan investor lebih suka perusahaan dengan peningkatan pendapatan yang stabil.

Calon investor dan investor yang mempertimbangkan untuk berinvestasi pada perusahaan khususnya perusahaan makanan dan minuman perlu mengetahui dan mempertimbangkan kinerja dan nilai perusahaan. Hal ini dapat tercermin dalam berbagai aspek rasio. *Size*, *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Return on asset* (ROA). Rasio-rasio tersebut dapat menilai tingkat risiko dari investasi saham pada perusahaan makanan dan minuman. Bagi pihak manajemen sebaiknya berupaya untuk terus meningkatkan profitabilitas perusahaan dari tahun ke tahun dengan cara meningkatkan penjualan, menjaga keseimbangan jumlah aset dan tingkat utang yang dimiliki. Hal ini dikarenakan profitabilitas menjadi faktor yang paling berpengaruh pada perusahaan sektor makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanti, N., Dewi, R. R., & Siddi, P. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 224–229.
- Astuti, N. K. B., & Yadnya, I. P. (2019). *Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen*. Udayana University.
- Awulle, I. D., Murni, S., & Rondonuwu, C. N. (2018). Pengaruh profitabilitas likuiditas solvabilitas dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Badruddien, Y., Gustiyana, T. T., & Dewi, A. S. (2017). Pengaruh good corporate governance, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015). *EProceedings of Management*, 4(3), 2236–2243.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74–83.
- Dewi, N., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 8(5), 3028–3056.
- Gita, R. D., & Yusuf, A. A. (2019). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(1), 67–82.
- Handayani, F., & Martha, L. (2019). *Hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh Corporate Social Responsibility*. INA-Rxiv.
- Handayani, S., & Karnawati, Y. (2021). Relevansi informasi dalam pengambilan keputusan investor di pasar modal. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 12(1), 77–92.
- Himawan, H. M. (2020). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan real estate yang go public di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).
- Khoirunnisa, M., & Asih, Y. B. (2021). Effect of liquidity, inventory intensity, leverage, and corporate size on tax aggressiveness on pharmaceutical companies. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3), 245–257.
- Kusumawati, R., & Rosady, I. (2018). Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 147–160.
- Lisa, E., & Sutarna, D. R. (2018). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 10(1), 21–39.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 569–576.
- Nandita, A., & Kusumawati, R. (2018). Pengaruh profitabilitas, leverage, size, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Change Agent For Management Journal*, 2(2), 188–199.
- Natalie, V., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh profitabilitas (ROA), likuiditas (AKO), ukuran perusahaan (SIZE), dan leverage (LTDER) terhadap nilai perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(4), 4175–4186.

- Putra, S. A., & Wahyuni, D. U. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan semen di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5), 1–18.
- Putri, S. W., & Ramadhan, Y. (2020). Pengaruh kebijakan deviden, leverage, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *JCA of Economics and Business*, 1(01), 64–77.
- Salehi, M., Zimon, G., Arianpoor, A., & Gholezoo, F. E. (2022). The impact of investment efficiency on firm value and moderating role of institutional ownership and board independence. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(4), 170.
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2018). Analisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29–57. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25170%2Fjrak.V12I1%25y>.
- Solikahan, E. Z., Ratnawati, K., & Djawahir, A. H. (2013). Pengaruh leverage dan investasi terhadap nilai perusahaan (Studi pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 427–433.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti*. Udayana University.
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). *Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman*. Udayana University.