

---

# Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

---

Sheila Khairunnisa<sup>1</sup>, Riri Zelmianti<sup>2</sup>

[khairunnisasheila0@gmail.com](mailto:khairunnisasheila0@gmail.com)<sup>1</sup>, [riri@polibatam.ac.id](mailto:riri@polibatam.ac.id)<sup>2</sup>

Jurusan Manajemen Bisnis Program Studi Akuntansi Manajerial  
Politeknik Negeri Batam

Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29461

## *Abstrak*

Penelitian ini mengkaji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama 2021-2024. Data sekunder diambil dari laporan tahunan sebanyak 103 observasi. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda setelah melewati uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Profitabilitas diukur lewat ROA, ukuran perusahaan menggunakan log total aset, dan nilai perusahaan dengan PBV. Hasilnya menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan, sementara ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan.

**Kata Kunci:** subsektor makanan dan minuman, profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan.

## *Abstrack*

*This research examines the effect of profitability and company size on company value in the food and beverage subsector listed on the Indonesia Stock Exchange from 2021 to 2024. Secondary data were taken from annual reports with a total of 103 observations. Analysis was conducted using multiple linear regression after passing classical assumption tests such as normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. Profitability is measured by ROA, company size by the log of total assets, and company value by PBV. The results indicate that profitability has a significant positive effect, while company size has a significant negative effect.*

**Keyword:** *food and beverage sub-sector, profitability, company size, company value*

## 1 Pendahuluan

Perusahaan yang beroperasi pada bidang barang konsumsi non-siklis adalah penyedia barang dan layanan yang diperlukan untuk kebutuhan dasar manusia dalam berbagai kondisi ekonomi. Sektor ini mencakup perusahaan yang menghasilkan dan mendistribusikan barang-barang penting. Dengan demikian, saham dari perusahaan-perusahaan ini dapat memberikan perlindungan bagi investor terhadap dampak dari resesi ekonomi. Saham ini juga menjadi pilihan yang menarik saat prospek ekonomi menurun, karena kebutuhan dasar manusia tetap harus dipenuhi (Ramadhani, 2022).

Penelitian ini menyoroti perusahaan di subsektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI. Sektor ini dipilih karena barang-barang makanan dan minuman merupakan keperluan dasar dalam kehidupan sehari-hari, sehingga permintaannya cenderung stabil. Oleh karena itu, perusahaan dalam sektor ini cukup tahan terhadap perubahan ekonomi yang terjadi (stockbit.com, 2022).

Permintaan terhadap produk makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan stabilitas yang kuat. Pertumbuhan sektor ini tetap berlangsung meskipun menghadapi tekanan ekonomi dan pandemi COVID-19. GAPMMI memperkirakan pertumbuhan pada tahun 2021 mencapai 5 hingga 7% setelah sebelumnya sempat mengalami tekanan berat akibat pandemi (Santia, 2020).

Sektor makanan dan minuman memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian negara. Menurut data BPS yang dirilis pada tahun 2021, PDB tercatat mencapai 1,12 kuadriliun IDR dengan pertumbuhan sebesar 2,54 persen jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Kenaikan ini memperlihatkan bahwa industri makanan dan minuman berperan

penting sebagai pendorong utama pada pertumbuhan ekonomi secara nasional melalui belanja rumah tangga (Sari, 2022).

Selain itu, Kementerian Perindustrian menginformasikan bahwa sektor makanan dan minuman mengalami kenaikan sebesar 5,53% pada kuartal ke-2 tahun 2024. Pada periode ini, sektor tersebut memberikan kontribusi sebesar 40,33% pada PDB sektor manufaktur di luar sektor minyak dan gas, melebihi pertumbuhan PDB nasional (Tempo.co, 2024). Meski kuartal I tahun 2025 mengalami perlambatan akibat daya beli masyarakat menurun (Pranata, 2025), subsektor ini masih tumbuh 6,04% yang lebih tinggi dibandingkan kuartal sebelumnya. Hal ini menunjukkan subsektor makanan dan minuman tetap menjadi penopang penting bagi perekonomian (Rachman, 2025).

Nilai perusahaan merupakan elemen krusial untuk memberikan pandangan menyeluruh mengenai situasi dan performa perusahaan. Apabila nilai perusahaan cukup besar, hal ini mencerminkan keadaan yang positif dan memberikan manfaat maksimal bagi para pemilik dan pemegang saham (Intan Bp *et al.*, 2021).

Profitabilitas merupakan salah satu elemen kunci yang memengaruhi nilai suatu perusahaan. Hal ini mencerminkan kapasitas perusahaan dalam meraih laba yang maksimal, yang menjadi indikasi positif bagi para investor (Anisa *et al.*, 2022). Penelitian terdahulu oleh Kesuma (2009), Hermuningsih (2013), Martha *et al.*, (2018), Lubis *et al.*, (2017), dan Fadillah *et al.*, (2019) menyoroti bahwa profitabilitas berperan penting dalam pembentukan nilai Perusahaan (Novitasari & Kusumowati, 2021).

Selain profitabilitas, ukuran perusahaan juga merupakan elemen yang krusial. Sebuah Perusahaan besar biasanya akan lebih mudah

untuk memperoleh dana serta meningkatkan nilainya (Putra & Gantino, 2021). Penelitian ini adalah pengulangan dari studi yang telah diteliti sebelumnya oleh (Hidayat & Khotimah, 2022) dimana peneliti menemukan hasil kedua variabel yakni profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian yang diteliti oleh (Satria Bagaskara *et al.*, 2021) menunjukkan bahwa meskipun ukuran perusahaan memiliki pengaruh tetapi untuk profitabilitas tidak terdapat pengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian tambahan oleh (Novita *et al.*, 2022) tidak menemukan hasil bahwa kedua variabel independen yaitu profitabilitas maupun ukuran perusahaan berdampak pada nilai perusahaan.

Perbedaan dalam hasil penelitian menunjukkan adanya celah yang membutuhkan eksplorasi lebih mendalam. Oleh sebab itu, penelitian ini mengarahkan perhatian pada subsektor makanan dan bagian minuman dari tahun 2021 sampai 2024. Penekanan ini bertujuan untuk menghadirkan pemahaman baru tentang bagaimana dampak profitabilitas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan di berbagai bidang yang lain.

## 2 Kajian Teori, Literatur, dan Pengembangan Hipotesis

### Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal yang dikemukakan oleh Spence (1973) menguraikan cara untuk menyampaikan informasi yang tepat demi meningkatkan proses pengambilan keputusan. Dalam dunia bisnis contohnya para pemegang saham mendapatkan informasi tentang apakah perusahaan berhasil atau gagal melalui laporan keuangan yang disiapkan oleh pihak manajemen.

Brigham dan Houston (2019) menyatakan bahwa manajemen memanfaatkan laporan keuangan sebagai sarana pemberian sinyal baik atau buruk kepada para pemegang saham (Janah & Munandar, 2022). Teori ini dianggap sebagai teori utama karena menjelaskan bagaimana indikator keuangan seperti *Return On Assets* (ROA) dan besaran perusahaan (total aset) berfungsi sebagai tanda untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan para investor.

### Profitabilitas

Profitabilitas mengukur seberapa baik perusahaan dapat meraih laba dalam jangka waktu tertentu (Kasmir, 2018). Sartono (2016) menyatakan bahwa *Return On Assets* adalah tolok ukur yang biasa digunakan karena dapat menunjukkan seberapa efektif perusahaan memanfaatkan asetnya untuk memperoleh laba. Perusahaan yang memiliki ROA lebih tinggi dianggap lebih berhasil dalam memaksimalkan asetnya untuk mendapatkan laba (Susesti & Wahyuningtyas, 2022).

### Ukuran Perusahaan

Menurut Aniela dan Nurbaiti dalam Asmawi (2018), ukuran perusahaan adalah tanda dari besarnya sebuah perusahaan, yang biasa ditinjau dari total aset, pendapatan, atau nilai pasar sahamnya. Dalam penelitian ini, total aset dipakai yang dihitung menggunakan logaritma natural, untuk memperlancar analisis dan mengurangi perbedaan nilai antar perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas untuk menjalankan operasi secara menyeluruh (Fajriah *et al.*, 2022).

## Nilai Perusahaan

Menurut Suroto (2015), nilai perusahaan menjadi ukuran utama untuk menilai kondisi menyeluruh perusahaan yang tercermin dari harga saham di pasar modal. Harga saham yang tinggi mencerminkan minat dan kepercayaan investor yang besar terhadap perusahaan tersebut. Selain itu, *Price to Book Value* digunakan sebagai alat untuk menilai kinerja manajemen dan perkembangan perusahaan dari waktu ke waktu (Iman *et al.*, 2021).

## Pengembangan Hipotesis

Menurut teori sinyal, keuntungan yang besar mengirimkan pesan yang baik kepada pemodal tentang masa depan dan kinerja sebuah perusahaan, yang pada akhirnya akan menaikkan nilai perusahaan tersebut. Berbagai studi, seperti yang dilakukan oleh Intan dan Sudiarta (2006), Dhani dan Utama (2017), Rivandi (2018), Susila dan Prena (2019), serta Chasanah (2019), menunjukkan adanya hubungan positif antara profitabilitas dan nilai perusahaan. (Rivandi & Septiano, 2021) menekankan bahwa kenaikan profitabilitas menarik perhatian investor, sebab hal tersebut merupakan tanda kinerja perusahaan yang positif. Penelitian lain oleh Rudangga (2016) dan Mamay dan Naufal (2019) menyoroti bahwa profitabilitas yang tinggi bisa memperkuat keyakinan investor dan menjadikan perusahaan lebih menarik di pasar modal.

Temuan serupa juga diperkuat oleh (Nopianti & Suparno, 2020) yang mengaitkan laba tinggi dengan peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan landasan teori dan temuan tersebut, penulis menyimpulkan profitabilitas berperan penting dalam

peningkatan nilai perusahaan karena mencerminkan kesehatan finansial dan efektivitas operasional, yang menjadi daya tarik bagi investor. Oleh sebab itu, hipotesis kedua adalah:

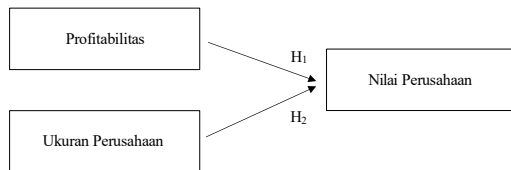
**H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

Menurut teori sinyal yang dikemukakan oleh Spence pada tahun 1973, besar sebuah perusahaan dapat dipandang oleh para investor sebagai tanda positif, karena hal ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk bertahan dan berkembang, yang pada gilirannya meningkatkan rasa percaya untuk berinvestasi. Kenaikan permintaan terhadap saham karena keyakinan ini berkontribusi pada peningkatan harga saham dan nilai perusahaan di bursa. Riyanto (2016) juga menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar umumnya lebih diinginkan oleh investor, karena mereka dianggap memiliki nilai yang lebih tinggi.

Temuan dari Hapsoro dan Falih (2020) serta Dewi dan Abundanti (2017) mendukung pandangan bahwa ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan (Susesti & Wahyuningtyas, 2022). Oleh sebab itu, penulis berargumen bahwa nilai dari suatu perusahaan, seperti yang tercermin dalam harga pasarnya, akan meningkat seiring dengan besarnya perusahaan. Dengan begitu, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.**

Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1 Kerangka Konseptual**

### 3 Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis yang diajukan, dengan fokus pada pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen pada emiten subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2021–2024.

#### Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini mencakup seluruh perusahaan dalam sektor consumer non-cyclicals (barang konsumsi primer) yang terdaftar di BEI periode 2021–2024 dengan total 132 perusahaan. Sampel ditentukan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria: (1) termasuk kedalam subsektor makanan dan minuman di BEI, (2) secara konsisten mempublikasikan laporan keuangan tahunan selama 2021–2024, dan (3) laporan keuangan disajikan menggunakan mata uang Rupiah. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 53 perusahaan dengan total 103 observasi.

Pemilihan *purposive sampling* dipandang sesuai karena memungkinkan penelitian fokus pada perusahaan yang relevan, guna menilai pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

#### Variabel Operasional dan Pengukuran Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai ukuran yang menjadi faktor utama dalam menilai seberapa efektif perusahaan menggunakan potensi pendapatannya. Pada studi ini, penghitungan profitabilitas dilakukan dengan *Return On Assets* sebagai patokan (Nadhilah *et al.*, 2022).

#### Ukuran Perusahaan

Adalah indikator salah satu tolok ukur penting untuk mengevaluasi skala operasional sebuah bisnis dan menunjukkan seberapa besar nilai aset perusahaan. Dalam studi ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural ( $\ln$ ) dari keseluruhan aset yang ada (Jannah & Yuliana, 2021).

#### Nilai Perusahaan

Menurut Pradnyani (2018), nilai perusahaan merefleksikan sejauh mana investor memberikan penilaian terhadap kemampuan manajemen dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Pada penelitian ini, nilai perusahaan diprosikan menggunakan rasio *Price to Book Value* (Intan Bp *et al.*, 2021).

#### Teknik Analisis Data

##### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode yang berfungsi menyajikan data secara sistematis agar informasi dapat dipahami dengan lebih jelas. Dengan cara ini, pola serta tren dalam data dapat terlihat dan memberikan dasar dalam membuat keputusan.

##### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan memastikan data variabel bebas dan terikat pada model regresi

memiliki distribusi yang normal (Ghozali, 2018). Apabila nilai sig > 0,05 maka data dinyatakan normal, namun jika nilainya < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Susesti & Wahyuningtyas, 2022).

### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian ini biasanya menggunakan nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan kriteria model dianggap bebas dari masalah multikolinieritas apabila TOL lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 (Susesti & Wahyuningtyas, 2022).

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan. Apabila nilai sig > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas (Fajriah *et al.*, 2022).

### Uji Hipotesis

#### Uji Regresi Linear Berganda

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa regresi linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat yang menjadi fokus penelitian (Adhyasta & Sudarsi, 2023).

#### Uji T (*T-Test*)

Uji ini berfungsi untuk mengetahui sejauh mana masing-masing dari variabel

independen secara individual berpengaruh pada variabel dependen (Yusmaniarti *et al.*, 2021).

### Uji F

Uji F berfungsi menilai apakah seluruh variabel independen dalam model secara bersama-sama mampu mempengaruhi terhadap variabel dependen (Hasnawati & Faisol, 2021).

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan sebagai ukuran untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi pada variabel dependen (Noviani *et al.*, 2019).

## 4 Pembahasan

### Analisis Deskriptif

**Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif**

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	103	-57.00	183.00	57.4854	46.88866
Ukuran Perusahaan	103	24085.00	32938.00	28780.8058	2014.46517
Nilai Perusahaan	103	.00	2454.00	928.2039	464.04810
Valid N (listwise)	103				

Sumber: Output SPSS, data diolah 2025

Tabel 2 menampilkan hasil ringkasan statistik deskriptif pada penelitian ini. Variabel profitabilitas menunjukkan nilai rata-rata sebesar 57,49 dengan standar deviasi 46,89. Temuan ini mengindikasikan adanya variasi yang cukup besar dalam kemampuan perusahaan memperoleh laba. Pada variabel ukuran perusahaan, diperoleh rata-rata 28.780,81, standar deviasi 2.014,47. Nilai standar deviasi yang relatif kecil dibandingkan rata-ratanya menggambarkan ukuran perusahaan dalam sampel cenderung seragam. Selanjutnya,

nilai perusahaan memiliki rata-rata 928,20 dengan standar deviasi 464,05. Hal tersebut memperlihatkan adanya perbedaan mencolok antara perusahaan dengan nilai pasar tinggi dan perusahaan dengan nilai pasar rendah.

## Uji Asumsi Klasik

### Normalitas

**Tabel 2 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		103
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	352.80586749
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.083
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.072
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.073
	99% Confidence Interval	Lower Bound Upper Bound

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Output SPSS, data diolah 2025

Pengujian normalitas residual dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* (KS) dengan tingkat signifikansi 0,072. Kedua nilai tersebut > 0,05, sehingga data residual dalam model regresi sudah memenuhi syarat asumsi klasik.

### Multikolinieritas

**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2600.955	506.904		5.131	<.001		
	Profitabilitas	6.193	.763	.626	8.118	<.001	.973	1.028
	Ukuran Perusahaan	-.070	.018	-.306	-3.970	<.001	.973	1.028

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS, data diolah 2025

Uji multikolinieritas memperlihatkan kedua nilai *Tolerance* variabel independen adalah 0,973, sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,028. Nilai TOL yang mendekati 1 serta VIF yang

berada jauh di bawah ambang batas 10 mengindikasikan model regresi ini bebas dari gejala multikolinieritas.

### Heteroskedastisitas

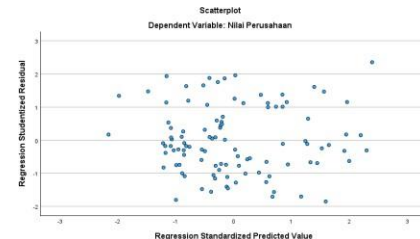
**Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	786.252	286.809		2.741	.007
	Profitabilitas	.297	.432	.069	.688	.493
	Ukuran Perusahaan	-.018	.010	-.178	-1.785	.077

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Output SPSS, data diolah 2025

**Gambar 2 Heteroskedastisitas**



Sumber: Output SPSS, data diolah 2025

Uji *Glejser* pada tabel 4 memperlihatkan nilai signifikansi profitabilitas 0,493 dan variabel ukuran perusahaan sebesar 0,077, di mana keduanya memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Hal ini menegaskan model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas.

### Uji Hipotesis

#### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 5 Hasil Regresi Linear Berganda dan Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2600.955	506.904		5.131	<.001
	Profitabilitas	6.193	.763	.626	8.118	<.001
	Ukuran Perusahaan	-.070	.018	-.306	-3.970	<.001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS, diolah 2025

$$FV = 2600,955 + 6,193PROF + (-0,070)CZ$$

Pada uji regresi table 5, kesimpulan uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel profitabilitas (X1) menunjukkan nilai sig di bawah 0,001, yang menandakan nilai tersebut lebih kecil daripada 0,05. Hal ini dibuktikan bahwa profitabilitas berdampak positif dan signifikan pada nilai perusahaan, sehingga H1 dapat diterima.
2. Variabel ukuran perusahaan (X2) dengan nilai sig < 0,05. Temuan memperlihatkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan.

### Uji F (Kelayakan Modal)

**Tabel 6 Hasil Uji F (Kelayakan Modal)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9268602.744	2	4634301.372	36.502	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	12696141.974	100	126961.420		
	Total	21964744.718	102			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

Sumber: Output SPSS. diolah 2025

Hasil uji ANOVA pada tabel menunjukkan bahwa nilai F sebesar 36,502 dengan tingkat signifikansi < 0,001. Karena nilai dibawah 0,05, maka dapat disimpulkan maka model regresi dalam penelitian sudah memenuhi kriteria kelayakan. Dengan demikian, profitabilitas dan ukuran perusahaan terbukti secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini berarti kedua variabel independen mampu menjelaskan variasi pada nilai perusahaan secara bersama-sama.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 <sup>a</sup>	.422	.410	356.31646

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS, diolah 2025

Nilai *R-squared* dengan 0.422, dapat dilihat variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan menjelaskan 42,2% variasi dalam nilai perusahaan, sedangkan variasi sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model.

## 5 Pembahasan Penelitian

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pada Tabel 5, profitabilitas terbukti berdampak positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Dibuktikan dengan nilai signifikansi < 0,001, maka < 0,05, sehingga hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima.

Pengaruh tersebut dapat dijelaskan karena tingginya laba menunjukkan prospek masa depan perusahaan yang baik. Kondisi ini mendorong investor untuk meningkatkan permintaan saham, sehingga pada akhirnya berdampak pada naiknya nilai Perusahaan (Alifian & Susilo, 2024).

Apabila perusahaan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan laba yang diperoleh, ini akan semakin menarik perhatian investor. Laba yang konsisten memperlihatkan tata kelola dan kepercayaan investor yang baik, mendorong kenaikan harga saham (Keni Elisabeth & Pangkey, 2022).

Teori sinyal sejalan dengan temuan ini bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai dengan menyampaikan informasi kinerja pada laporan keuangan. Tingginya laba merefleksikan keuangan yang sehat serta pandangan usaha yang menjanjikan, yang pada akhirnya menarik perhatian investor (Yulianti *et al.*, 2022).

Maka, hasil temuan pada H1 diterima dalam penelitian ini.

## **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Pada tabel 5, ditemukan hasil yang memperlihatkan ukuran perusahaan berdampak negatif signifikan pada nilai perusahaan. Dibuktikan nilai sign < 0,001, maka hipotesis kedua tidak dapat diterima.

Temuan ini bertentangan dengan dugaan awal bahwa meningkatnya ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kenyataannya, jumlah aset maupun skala perusahaan tidak selalu menjadi indikator yang mencerminkan nilai perusahaan. Modal yang diperoleh dari investor, baik domestik maupun asing, cenderung lebih diarahkan untuk mendukung aktivitas operasional dan produksi (Jannah & Yuliana, 2021).

Di sisi lain, kepemilikan aset dalam jumlah besar juga menimbulkan konsekuensi berupa biaya penyimpanan. Semakin banyak aset yang dikuasai, semakin besar pula beban pengeluaran yang timbul. Kondisi ini mengurangi laba yang diperoleh perusahaan, sehingga menurunkan tingkat keuntungan bagi investor. Akibatnya, hal tersebut memberi sinyal negatif terhadap nilai perusahaan (Kammagi & Veny, 2023).

Secara teoritis, ukuran perusahaan memang diperkirakan memengaruhi nilai perusahaan. Namun, hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa total aset yang dijadikan indikator ukuran perusahaan belum sepenuhnya mampu meyakinkan investor terkait efektivitas pengelolaannya. Dengan demikian, besarnya aset tidak secara otomatis menaikkan harga saham (Fajriah *et al.*, 2022).

Secara keseluruhan, temuan ini tidak mendukung hipotesis awal yang memprediksi adanya pengaruh positif, melainkan justru mengungkapkan hasil sebaliknya, yaitu ukuran

perusahaan berdampak negatif signifikan pada nilai perusahaan.

## **6 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pada pembahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Profitabilitas (X1) berdampak positif signifikan pada nilai perusahaan. Ini dapat ditunjukkan semakin besar kemampuan perusahaan dalam mencetak keuntungan, semakin positif pula persepsi investor pada prospek kinerjanya di masa mendatang. Kondisi tersebut meningkatkan harga saham serta mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi.
2. Ukuran perusahaan (X2) justru memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan besarnya skala tidak hanya memberi keuntungan, sebab tingginya biaya operasional dan pengelolaan aset dapat menekan laba serta menimbulkan persepsi kurang baik di mata investor.

## **7 Saran**

Penelitian selanjutnya, diharapkan memasukkan variabel tambahan seperti *leverage*, kebijakan dividen, maupun pertumbuhan penjualan, sehingga pengaruh pada nilai perusahaan dapat dianalisis secara lebih komprehensif. Selain itu, objek penelitian sebaiknya tidak hanya difokuskan pada sektor manufaktur, tetapi juga diperluas ke sektor industri lain guna memungkinkan perbandingan hasil. Peneliti di masa mendatang juga disarankan menggunakan periode observasi yang lebih panjang atau jumlah sampel lebih besar agar temuan yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang mendalam serta akurat mengenai kondisi perusahaan.

## Daftar Pustaka

- Adhyasta, D., & Sudarsi, S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 520. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.866>
- Alifian, D., & Susilo, D. E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 8(1), 46–55. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1914>
- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food And Beverages*. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4, 1–15. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i2.707>
- 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), 1–12. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Hasnawati, S., & Faisol, A. (2021). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17, 1–21.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *JIAKES Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Iman, C., Sari, F. N., & Pujiati, N. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(2), 1–8. <https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Intan Bp, A., Kalbuana, N., Cahyadi, C. I., & Yohana, Y. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Properti Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). In *Jurnal Riset Akuntansi Politala* (Vol. 4, Issue 2). <http://jra.politala.ac.id/index.php/JRA/index>
- Janah, N., & Munandar, A. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6, 1–17.
- Jannah, S. M., & Yuliana, I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan dan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020). In *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* (Vol. 19, Issue 3). <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs>
- Kammagi, N., & Veny. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 1–15. <https://doi.org/10.30813/jab.v16>
- Keni Elisabeth, C., & Pangkey, R. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap

- Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *JAIM Jurnal Akuntansi Manado*, 1–10.
- Nadhilah, F., Widjaja, H. S., & Kaban, R. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i2.2165>
- Nopianti, R., & Suparno. (2020). Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.30656/jak.v8i1.2381>
- Noviani, A. V., Atahau, A. D. R., & Robiyanto, R. (2019). Struktur Modal, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan: Efek moderasi *Good Corporate Governance*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (JEB)*, 22, 1–25.
- Novita, H., Samosir, R., Rutmina, Sarumaha, K., & Saragih, E. (2022). Pengaruh Harga Saham, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Terdaftar BEI 2018-2020. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 1–10.
- Novitasari, D., & Kusumowati, D. (2021). Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1), 1–9. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/ap>
- Pranata, C. D. (2025, May 14). Ekonomi Kelas Menengah Sulit-Daya Beli Lesu, Industri Ini Jadi Korban. Cnbcindonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250514145036-4-633252/ekonomi-kelas-menengah-sulit-daya-beli-lesu-industri-ini-jadi-korban>. Diakses 21 Agustus 2025.
- Putra, R. D., & Gantino, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11, 1–16.
- Rachman, A. (2025, May 5). Ada Ramadan & Lebaran, Industri Pengolahan RI Tertekan di Kuartal I. Cnbcindonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250505112655-4-630924/ada-ramadan-lebaran-industri-pengolahan-ri-tertekan-di-kuartal-i>. Diakses 21 Agustus 2025.
- Ramadhani, P. I. (2022, July 10). Trivia Saham: Mengenal Sektor *Consumer Cyclical* dan *Non Cyclical*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/saham/read/5009729/trivia-saham-mengenal-sektor-consumer-cyclical-dan-non-cyclical>. Diakses `15 September 2025.
- Rivandi, M., & Septiano, R. (2021). Pengaruh *Intellectual Capital Disclosure* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i1.7631>
- Santia, T. (2020, November 25). Industri Makanan dan Minuman Diprediksi Tumbuh 7 Persen pada 2021. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4366101/industri-makanan-dan-minuman-diprediksi-tumbuh-7-persen-pada-2021?page=2>. Diakses 21 Agustus 2025.
- Sari, A. N. (2022, October). Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia. Djkn.Kemenkeu.Go.Id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalu/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>. Diakses 13 Mei 2025.

Satria Bagaskara, R., Hendra Titisari, K., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *FORUM EKONOMI*, 23(1), 29–38. [http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM MEKONOMI](http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM_MEKONOMI)

stockbit.com. (2022, April 22). Mengenal *Consumer Cyclical Stock* dan *Non Cyclical Stock*. Stockbit.Com. <https://snips.stockbit.com/investasi/consumer-cyclical>. Diakses 15 September 2025.

Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020).

Tempo.co. (2024, September). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,53 Persen, Beri Sumbangan Terbesar ke PDB. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/ekonomi/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-5-53-persen-beri-sumbangan-terbesar-ke-pdb--12737>. Diakses 13 Mei 2025.

Yulianti, E., Hermuningsih, S., & Sari, P. P. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen)*, 9(1), 1–13.

Yusmaniarti, Y., Sauma, A., Khair, U., Marini, M., & Ratnawili, R. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Solvabilitas, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Property dan Real Estate* Indonesia Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9, 1–16.