

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN FOOD & BEVERAGE YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2019-2023**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

RITA FEBRI SALSABILLA
NPM: 2102120093



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2025**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 26 Agustus 2025

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

RITA FEBRI SALSABILLA
NPM :2102120093

Dengan judul:

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD & BEVERAGE
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2019-2023**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Tuwisna, S.E., M.M
NIK: 19850710 201506 2 001

Pembimbing I

Dr. Zuraidah, SE., M.M
NIK: 19770123 200807 2 001

Pembimbing II

Rusnaldi, S.E., M.M
NIK: 19790615 200507 1 001



Mengetahui,
Dekan,

Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK: 19820911 201306 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 26 Agustus 2025

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

RITA FEBRI SALSABILLA
NPM :2102120093

Dengan judul:

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD & BEVERAGE
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2019-2023**

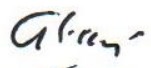
Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 04 Agustus 2025

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

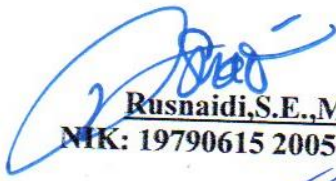
Ketua


Dr. Zuraidah, S.E., M.M
NIK: 19770123 200807 2 001

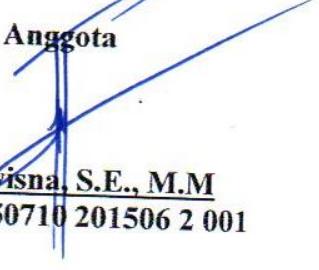
Anggota


Dr. H. Aliamin, S.E., M.Si., Ak.CA
NIK: 1959021 7198811 1 001

Sekretaris


Rusnaldi, S.E., M.M
NIK: 19790615 200507 1 001

Anggota


Dr. Tuwisna, S.E., M.M
NIK: 19850710 201506 2 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

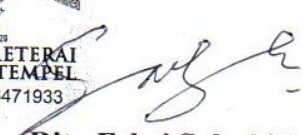

Dr. Tuwisna, S.E., M.M
NIK: 19850710 201506 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”

Banda Aceh, 26 Agustus 2025
Yang Menyatakan




Rita Febri Salsabilla
NPM :2102120093

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Rita Febri Salsabilla**
NPM : 2102120093
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD & BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2019-2023

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 26 Agustus 2025

Banda Aceh, 26 Agustus 2025
Yang Menyatakan,




Rita Febri Salsabilla
NPM : 2102120093

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2023”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Aceh.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang dengan ketulusan, kasih sayang, dan pengorbanannya memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Marlizar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam mendukung proses perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Tuwisna, S.E., M.M selaku Ketuan Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Aceh atas arahan, dukungan akademik, dan kebijakan yang mempermudah mahasiswa dalam menyelesaikan studi.

3. Ibu Suryani Murad, S.E., M.Si selaku Ketua Lab Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan perhatian, motivasi dan arahan bagi penulis.
4. Ibu Dr. Zuraidah, S.E., M.M selaku pembimbing pertama, yang tanpa lelah dan dengan sabar memberikan dorongan, arahan, motivasi, dan meluangkan waktu di setiap proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, koreksi, dan dukungan yang sangat berarti.
5. Bapak Rusnaldi, S.E., M.Si selaku pembimbing kedua, yang tanpa lelah dan dengan sabar memberikan dorongan, arahan, motivasi, dan meluangkan waktu di setiap proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, koreksi, dan dukungan yang sangat berarti.
6. Seluruh dosen, staff pengantar, dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
7. Ibunda Siti Halimah, terimakasih atas segala pengorbanan dan keikhlasan yang tidak pernah terhitung, yang selalu memberikan doa dan kasih sayang tanpa batas, terimakasih telah mengajarkan untuk berdiri di kaki sendiri, mengajarkan cara bertahan hidup dari dunia yang katanya kejam, terimakasih sudah menjadi ibu yang hebat.
8. Ryandi Sanubari Zahri, seseorang yang kehadirannya sangat berarti, yang selalu siap siaga dan bisa diandalkan. Terimakasih atas segala pengertian dan dukungannya baik tenaga, waktu, dan juga materi. Terimakasih telah menemani masa-masa sulit, terimakasih karna selalu ada. Semoga kita selalu diberikan keberkahan di segala hal yang kita lewati.

9. Laura Safitri dan Siti Maghfirah, S.E, sahabat yang selalu ada dalam suka dan duka, memberi semangat, tawa, dan pelukan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan pelipur lara.
10. Cut Anisya, Fazira, Iklima Zuhra dan Guntur Indra Jaya sahabat seperjuangan dalam meraih gelar sarjana ekonomi, yang telah menjadi partner diskusi dan tempat bertukar pikiran.
11. Terima kasih kepada diri saya sendiri Rita Febri Salsabilla, terimakasih telah bertahan sejauh ini, untuk semua malam panjang, kegelisahan, dan keraguan yang berhasil dilewati. Terima kasih karena tidak menyerah, semoga kita selalu dipertemukan dengan banyaknya keindahan dan kebahagiaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Wassalmualaikum Wr.Wb.

Banda Aceh, Juli 2025

Hormat saya,

Rita Febri Salsabilla

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE*, DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN *FOOD & BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2019-2023**

RITA FEBRI SALSABILLA
2102120093

Pembimbing : 1.) Dr. Zuraidah, S.E., M.M
2.) Rusnaldi, S.E., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2023. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan data panel. Metode yang digunakan adalah regresi data panel yang diolah menggunakan *software Eviews*. Sampel penelitian terdiri dari 8 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan wawasan bagi manajemen perusahaan dalam mengelola struktur aset, penggunaan utang, dan peningkatan kinerja profitabilitas guna meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, *Food & Beverage*, Bursa Efek Indonesia

***THE EFFECT OF COMPANY SIZE, LEVERAGE, AND PROFITABILITY
ON COMPANY VALUE IN FOOD & BEVERAGE COMPANIES LISTED ON
THE INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX) IN 2019-2023***

RITA FEBRI SALSABILLA
2102120093

Pembimbing : 1.) Dr. Zuraidah, S.E., M.M
2.) Rusnaldi, S.E., M.Si

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of company size, leverage, and profitability on company value in the Food & Beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2019–2023. This type of research is quantitative with a panel data approach. The method used is panel data regression processed using Eviews software. The research sample consisted of 8 companies selected using the purposive sampling method. The results of the study indicate that partially, company size does not have a significant effect on company value, leverage has a negative and significant effect on company value, and profitability has a positive and significant effect on company value. Simultaneously, company size, leverage, and profitability have a significant effect on company value. This study provides insight for company management in managing asset structure, debt use, and increasing profitability performance in order to increase company value in the eyes of investors.

Keywords: *Company Value, Company Size, Leverage, Profitability, Food & Beverage, Indonesia Stock Exchange*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
 BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	 11
2.1 Landasan Teoritis	11
2.1.1 Nilai Perusahaan	11
2.1.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan	11
2.1.1.2 Indikator Nilai Perusahaan.....	12
2.1.2 Ukuran Perusahaan	13
2.1.2.1 Pengertian Ukuran Perusahaan	13
2.1.2.2 Indikator Ukuran Perusahaan.....	14
2.1.3 <i>Leverage</i>	15
2.1.3.1 Pengertian <i>Leverage</i>	15
2.1.3.2 Indikator <i>Leverage</i>	16
2.1.4 Profitabilitas.....	18
2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas	18
2.1.4.2 Indikator Profitabilitas	19
2.2 Penelitian Sebelumnya	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	26
2.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	27
2.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan.....	28
2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	29
2.4 Hipotesis.....	30
 BAB III METODE PENELITIAN	 31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.1.1 Tujuan Penelitian	31
3.1.2 Jenis Penelitian	32
3.1.3 Horizon Waktu	32
3.1.4 Unit Analisis	33

3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi.....	34
3.2.2	Sampel	34
3.3	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	36
3.5	Teknik Analisis Data	38
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.5.2	Pemilihan Model Regresi Data Panel	39
3.5.3	Analisis Regresi Data Panel.....	44
3.6	Pengujian Data	44
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	44
3.6.1.1	Uji Normalitas.....	45
3.6.1.2	Uji Multikolinearitas	46
3.6.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.6.1.4	Uji Autokorelasi	47
3.7	Pengujian Hipotesis.....	48
3.7.1	Uji Parsial (Uji t)	48
3.7.2	Uji Signifikan Simultan (Uji f).....	48
3.7.3	Uji Koefisien Determinan (R^2)	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.2.1	Deskripsi Variabel Nilai Perusahaan.....	51
4.2.2	Deskripsi Variabel Ukuran Perusahaan.....	53
4.2.3	Deskripsi Variabel <i>Leverage</i>	55
4.2.4	Deskripsi Variabel Profitabilitas	57
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	59
4.4	Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel	61
4.5	Hasil Analisis Regresi Data Panel	67
4.6	Pengujian Asumsi Klasik	69
4.6.1	Hasil Uji Normalitas	70
4.6.2	Hasil Uji Multikolonieritas	71
4.6.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
4.6.4	Hasil Uji Autokorelasi	72
4.7	Hasil Pengujian Hipotesis	73
4.7.1	Hasil Uji Parsial (Uji t)	73
4.7.2	Hasil Uji Simultan (Uji F)	74
4.7.3	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.8.1	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	76
4.8.2	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	77
4.8.3	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	78
4.8.4	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	24
Tabel 3.1	Horizon Waktu.....	33
Tabel 3.2	Kriteria Sampel Perusahaan	35
Tabel 3.3	Daftar Nama Sampel Perusahaan	35
Tabel 3.4	Definisi Operasoinalisasi Variabel	37
Tabel 4.1	Data Nilai Perusahaan pada Perusahaan <i>Food & Beverage</i> Tahun 2019-2023	52
Tabel 4.2	Data Ukuran Perusahaan pada Perusahaan <i>Food & Beverage</i> Tahun 2019-2023	54
Tabel 4.3	Data <i>Leverage</i> pada Perusahaan <i>Food & Beverage</i> Tahun 2019-2023	56
Tabel 4.4	Data Profitabilitas pada Perusahaan <i>Food & Beverage</i> Tahun 2019-2023	57
Tabel 4.5	Hasil Statistik Deskriptif (N=40)	59
Tabel 4.6	Hasil Regresi CEM.....	62
Tabel 4.7	Hasil Regresi FEM	63
Tabel 4.8	Hasil Regresi REM.....	64
Tabel 4.9	Hasil Uji Chow	65
Tabel 4.10	Hasil Uji Hausmann	66
Tabel 4.11	Hasil Uji LM	67
Tabel 4.12	Hasil Regresi CEM.....	68
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolonieritas.....	71
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.15	Hasil Uji Autokorelasi.....	72
Tabel 4.16	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	73
Tabel 4.17	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	75
Tabel 4.18	Hasil Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pergerakan Saham INDF, MYOR, dan MLBI	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Nama Perusahaan yang Menjadi Populasi	87
Lampiran 2. Data Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food & Beverage 2019-2023.....	88
Lampiran 3. Statistik Deskriptif.....	89
Lampiran 4. Model Regresi Data Panel	90
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

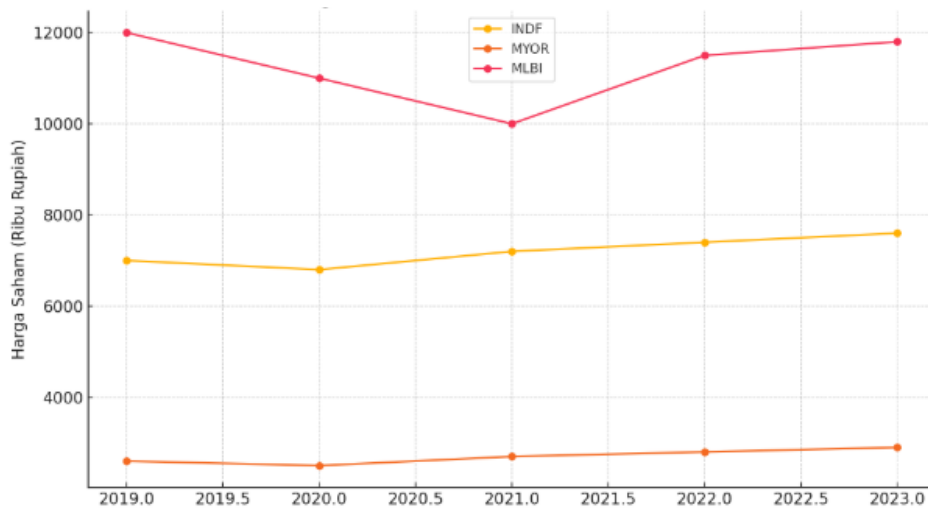
Industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan sektor penting dan strategis dalam perekonomian nasional, terutama karena kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Industri ini memenuhi kebutuhan pokok masyarakat dan memiliki prospek pertumbuhan yang menjanjikan di masa mendatang. Seiring dengan perkembangan zaman dan globalisasi, perusahaan dalam sektor ini dituntut untuk bersaing tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga di pasar internasional.

Selama periode 2019 hingga 2023, perusahaan-perusahaan pada sektor makanan dan minuman menghadapi tantangan besar, salah satunya adalah pandemi Covid-19 yang mempengaruhi perilaku konsumen yang kini lebih memilih produk yang menyehatkan. Pandemi yang melanda Indonesia pada awal tahun 2020 berdampak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, termasuk perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pertumbuhan perusahaan menjadi melambat, baik pada skala kecil maupun besar, tidak terkecuali sektor industri barang konsumsi. Berdasarkan data dari BEI, indeks sektor saham industri barang konsumsi tercatat mengalami penurunan sebesar 6,73% selama masa pandemi.

Di tengah tantangan tersebut, muncul pula persaingan yang semakin ketat dengan hadirnya perusahaan-perusahaan baru di sektor konsumsi yang menerapkan strategi inovasi dan pemasaran yang agresif. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan nilai perusahaan sebagai salah satu indikator penting yang menjadi pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ukuran perusahaan, tingkat *leverage*, dan profitabilitas (Kusumaningrum & Iswara, 2022). Lebih jauh, nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan saat ini, tetapi juga ekspektasi investor terhadap prospek masa depan dan kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi biasanya diasosiasikan dengan tata kelola yang baik, stabilitas operasional, serta profitabilitas yang konsisten (Rismawandi, 2024). Dalam sektor makanan dan minuman, terdapat beberapa perusahaan besar yang mencerminkan karakteristik ini, seperti PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), dan PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI).

Untuk melihat lebih jelas perbedaan nilai perusahaan, dapat dianalisis melalui pergerakan harga saham ketiga perusahaan tersebut selama periode 2019–2023. Berdasarkan data dari TradingView.com, MLBI sempat mencatatkan harga saham tertinggi pada tahun 2019, meskipun kemudian mengalami fluktuasi. INDF menunjukkan pergerakan harga saham yang relatif stabil, mengindikasikan kepercayaan pasar yang kuat terhadap kestabilan operasional perusahaan. Sementara itu, MYOR cenderung memiliki harga saham yang lebih rendah, yang

mungkin mencerminkan strategi *leverage* dan tingkat profitabilitas yang berbeda dibanding dua perusahaan lainnya.



Gambar 1.1 Pergerakan Saham INDF, MYOR, dan MLBI

Sumber: TradingView.com, Data diolah (2025)

Grafik di atas menggambarkan tren pergerakan harga saham tahunan dari tiga perusahaan besar di sektor makanan dan minuman selama periode 2019 hingga 2023, yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), dan PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI). Dari grafik tersebut terlihat bahwa PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) konsisten mencatatkan harga saham tertinggi dibandingkan dua perusahaan lainnya. Pada tahun 2019, harga saham MLBI berada pada kisaran Rp 10.225, sempat mengalami penurunan hingga Rp 9.050 pada tahun 2021, yang kemungkinan dipengaruhi oleh kondisi pandemi, namun kembali naik dan mencapai sekitar Rp 10.000 pada akhir tahun 2023. Hal ini menunjukkan daya tahan perusahaan terhadap tekanan eksternal dan kemampuannya menjaga kepercayaan investor.

Sementara itu, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) menunjukkan kestabilan harga saham pada rentang Rp 6.000 hingga Rp 7.000 sepanjang lima tahun terakhir. Harga saham INDF tercatat sekitar Rp 6.800 pada tahun 2019 dan mengalami sedikit kenaikan hingga menyentuh Rp 6.975 pada tahun 2023. Pergerakan ini mencerminkan stabilitas operasional dan posisi pasar Indofood yang kuat di sektor makanan olahan.

Adapun PT Mayora Indah Tbk (MYOR) cenderung memiliki harga saham yang lebih rendah dibandingkan dua perusahaan lainnya. Harga saham MYOR tercatat sekitar Rp 2.500 pada tahun 2019, turun hingga menyentuh Rp 2.200 pada 2021, kemudian perlahan meningkat kembali menjadi sekitar Rp 2.550 pada tahun 2023. Kinerja saham MYOR yang relatif fluktuatif dapat mengindikasikan adanya tantangan dalam mempertahankan performa keuangan dan persepsi pasar selama periode tersebut.

Salah satu faktor yang memengaruhi persepsi tersebut adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan sering kali dianggap sebagai indikator utama dalam menilai kapasitas operasional dan stabilitas keuangan. Perusahaan dengan skala yang lebih besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif, seperti akses lebih mudah ke pembiayaan, kemampuan ekspansi yang lebih luas, serta ketahanan terhadap gejolak pasar (Yulisa & Wahyudi, 2023). ukuran perusahaan dapat dilihat melalui indikator seperti total penjualan, rata-rata penjualan, dan jumlah aset yang dimiliki.

Lebih lanjut, besarnya ukuran perusahaan turut memberikan fleksibilitas manajerial dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Perusahaan dengan aset yang besar memiliki ruang gerak lebih luas dalam melakukan investasi dan inovasi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor (Agustiningsih & Septiani, 2022). Jumlah aset yang tinggi memudahkan manajemen dalam menggunakan sumber daya tersebut untuk menciptakan efisiensi operasional dan mendukung strategi peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Petra (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Rahayu et al., (2023) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021.

Selain ukuran perusahaan, faktor lain yang turut memengaruhi nilai perusahaan adalah struktur pembiayaan, khususnya penggunaan utang atau *leverage*. *Leverage* dapat menjadi alat strategis untuk meningkatkan potensi keuntungan perusahaan, karena memungkinkan ekspansi bisnis dengan sumber dana eksternal. Namun demikian, penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan risiko keuangan, terutama jika perusahaan kesulitan memenuhi kewajiban pembayaran utangnya. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan investor dan berdampak negatif terhadap persepsi pasar atas nilai perusahaan. Rasio *leverage* sendiri digunakan untuk mengukur proporsi utang terhadap total aset, sehingga mencerminkan sejauh mana perusahaan bergantung pada pembiayaan eksternal (Rahayu et al., 2023).

Menariknya, hasil penelitian terkait pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan menunjukkan temuan yang beragam. Narwathi & Mudjijah (2024) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa penggunaan utang yang terkontrol dapat memberikan sinyal positif kepada investor tentang prospek pertumbuhan. Sebaliknya, Agustiningsih & Septiani (2022) menyatakan bahwa *leverage* justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena dapat meningkatkan risiko kebangkrutan dan menurunkan stabilitas keuangan. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa dampak *leverage* sangat bergantung pada konteks pengelolaan dan struktur industri perusahaan.

Selain *leverage*, profitabilitas juga menjadi indikator penting yang sangat diperhatikan oleh investor dalam menilai nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi operasional dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas bisnisnya. Hal ini secara langsung dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor, karena dianggap mampu memberikan return yang menjanjikan. Profitabilitas tidak hanya menunjukkan kinerja keuangan jangka pendek, tetapi juga mencerminkan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Slamet Mudjijah, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum & Iswara (2022) memperkuat peran penting profitabilitas, dengan menyatakan bahwa Return on Assets (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor food & beverage. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Narwathi & Mudjijah (2024) yang juga menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan di subsektor manufaktur makanan dan minuman. Konsistensi hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan salah satu determinan utama dalam membentuk persepsi investor terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang serta adanya perbedaan dari hasil kajian penelitian terdahulu yang telah diuraikan, oleh karena itu penelitian ini menguji kembali pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan judul "***Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food & Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2023***".

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023?
2. Apakah terdapat pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023?
3. Apakah terdapat pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023?

4. Apakah terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023
2. Untuk menganalisis pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023
3. Untuk menganalisis pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023
4. Untuk menganalisis pengaruh antara ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

b. Bagi Akademisi

Menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan, khususnya dalam penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman.

c. Bagi Perusahaan

Memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan ukuran, *leverage*, dan profitabilitas untuk meningkatkan kinerja.

d. Bagi Investor

Menyediakan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan investasi, dengan memahami bagaimana ukuran perusahaan dan profitabilitas dapat mempengaruhi nilai saham.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada analisis pengaruh ukuran perusahaan yang diukur dengan Ln Total Aset, *leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), profitabilitas diukur dengan *Return On Equity* (ROE) dan nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV).

Penelitian ini mencakup perusahaan sektor makanan dan minuman (*food & beverage*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023, dengan data keuangan yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasikan (*go public*). Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan *software Eviews*.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Nilai Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran kondisi tertentu yang ingin dicapai perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan atas semua kegiatan yang dijadikan para investor sebagai persepsi dalam melakukan kegiatan investasi (Slamet Mudjijah, 2024).

Nilai perusahaan merupakan kondisi dimana telah dicapai oleh suatu perusahaan yang digunakan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, setelah beberapa tahun telah melalui berbagai kegiatan yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai sekarang. Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan PBV (*price to book value*). PBV adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan yang dihitung dengan harga pasar perlembar saham terhadap nilai buku perlembar saham (Nafi'ah & Kurniawati, 2023)

Nilai perusahaan juga tercermin dari harga saham, dimana jika harga saham menurun maka nilai perusahaan menurun, sehingga hal ini berdampak pada penurunan kemakmuran pemegang saham dan sebaliknya apabila semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga semakin tinggi sehingga semakin besar

kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang saham. Maka nilai perusahaan menjadi hal yang penting bagi para pemegang saham.

Menurut *theory of the firm* tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual di saat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset

Nilai Perusahaan merupakan nilai yang dapat mengukur tingkat kualitas dari sebuah nilai yang menjelaskan berapa besarnya tingkat kepentingan sebuah perusahaan di mata para investor. Nilai perusahaan juga merupakan gambaran suatu kinerja perusahaan karena bisa menjelaskan bagaimana perusahaan bisa memberikan kemakmuran bagi pemilik perusahaan dan para investor.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah kemampuan dimana perusahaan dapat menggambarkan harga pasar dan nilai tersebut dapat mengukur tingkat kualitas perusahaan di mata investor.

2.1.1.2 Indikator Nilai Perusahaan

Indikator nilai perusahaan (*firm value*) merupakan ukuran untuk menilai seberapa besar kesejahteraan pemegang saham dan seberapa tinggi daya tarik perusahaan di mata investor. Nilai perusahaan mencerminkan kinerja masa lalu, kondisi saat ini, dan prospek masa depan perusahaan. Nilai Perusahaan dapat dihitung dengan *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan.

Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *Price to Book Value* (PBV) di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Berikut ini rumus *Price to Book Value* (PBV) :

$$Price\ to\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung dengan:

$$Nilai\ Buku\ Saham = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2.1.2 Ukuran Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dan diukur dengan total aset yang dimiliki perusahaan (Wulandari & Wardani, 2024). Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan.

Ukuran perusahaan diartikan sebagai suatu skala atau ukuran yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari berbagai aspek yaitu jumlah keseluruhan modal, pendapatan, penjualan, saham, nilai pasar, *log size*, jumlah keseluruhan aktivitas, dan lain sebagainya. Selain itu, ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai suatu indikator yang menunjukkan karakteristik atau kondisi suatu perusahaan yang memiliki sejumlah tolak ukur yang dipakai untuk menentukan ukuran dari suatu perusahaan mulai dari jumlah karyawan yang dimiliki, jumlah aset yang dimiliki, total saham yang beredar, dan pencapaian jumlah penjualan dalam suatu waktu.

Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumberdaya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Pengaruh ukuran perusahaan dapat dijelaskan melalui teori sinyal, di mana semakin besar suatu perusahaan maka semakin tinggi pula kemungkinan perusahaan tersebut memanfaatkan dana dari luar. Hal ini terjadi karena perusahaan berskala besar membutuhkan pembiayaan yang lebih besar untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Ketika dana internal tidak mencukupi, salah satu alternatif yang diambil adalah menggunakan pembiayaan dari sumber eksternal.

2.1.2.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan lain-lain. Nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Menurut Kalbuana et al., (2021) ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan cara:

$$\text{Ukuran Perusahaan (size)} = \text{Ln (Total Aset)}$$

Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk.

2.1.3 *Leverage*

2.1.3.1 Pengertian *Leverage*

Leverage merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang bersangkutan. *Leverage* merujuk pada penggunaan hutang oleh perusahaan untuk membiayai aktifitas operasional dan investasi dengan tujuan meningkatkan potensi keuntungan (Yasa et al., 2020).

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Putra & Badjra, 2015). Penggunaan hutang dalam kegiatan pendanaan perusahaan tidak hanya memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Jika proporsi *leverage* tidak diperhatikan perusahaan hal tersebut akan menyebabkan turunnya profitabilitas karena penggunaan hutang menimbulkan beban bunga yang bersifat tetap.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri.

2.1.3.2 Indikator *Leverage*

Berikut adalah beberapa indikator *leverage* (rasio solvabilitas) yang umum digunakan untuk mengukur tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR)

$$\text{Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Assets}}$$

Debt to Assets Ratio adalah rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total asset. Dengan kata lain, seberapa besar asset perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan asset. Rasio ini menunjukkan besarnya total hutang terhadap keseluruhan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

2. *Debt to Equity Ratio* (DER)

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang (Debt)}}$$

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas, perbandingan antara seluruh hutang perusahaan baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan atau dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas.

Semakin tinggi DER menunjukkan semakin besar total utang terhadap total ekuitasnya. *Debt to equity ratio* digunakan untuk mengukur total *shareholders equity* yang dimiliki perusahaan.

Bagi bank atau kreditor, semakin besar rasio ini akan semakin tidak menguntungkan karena akan semakin besar resiko yang ditanggung atas kegagalan yang mungkin terjadi di perusahaan. Namun, bagi perusahaan justru semakin besar rasio akan semakin baik.

3. *Time Interest Earned Ratio*

$$\text{Time Interest Earned Ratio} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Beban Bunga}}$$

Time interest earned ratio adalah rasio antara laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan karena tidak mampu membayar bunga.

4. *Fixed Charge Coverage*

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{Pembayaran Sewa}}{\text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}$$

Fixed charge coverage ratio merupakan mengukur berapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan, sewa. Karena tidak jarang perusahaan menyewa aktivitya dari perusahaan lising dan harus membayar angsuran tertentu.

5. *Debt service coverage*

$$\text{Debt Service Coverage} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Bunga} + \text{Sewa} + \text{Angsuran Pokok Pinjaman}}$$

Debt service coverage merupakan mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama dengan *leverage* yang lain, hanya dengan memasukan angsuran pokok pinjaman.

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba yang diukur dengan berbagai rasio keuangan (Yulisa & Wahyudi, 2023). Profitabilitas juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa menguntungkan suatu perusahaan, dengan menggunakan semua elemen perusahaan yang terkandung di dalamnya untuk mencapai keuntungan yang maksimal, maka dapat disimpulkan bahwa rasio tersebut adalah. Indikator profitabilitas ini biasanya digunakan oleh investor sebagai bahan pertimbangan dalam berinvestasi saham di suatu perusahaan. Jika sebuah perusahaan sangat menguntungkan dalam hal pengembalian saham, investor memilih perusahaan untuk berinvestasi saham (Nirawati et al., 2022).

Profitabilitas merupakan hasil keuntungan perusahaan dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas mempunyai peran penting dalam berbagai aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu juga profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan juga akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor.

Kinerja perusahaan yang semakin baik yaitu ketika perusahaan mampu menghasilkan laba yang semakin tinggi di setiap periode, sehingga akan menghasilkan tanggapan yang baik bagi para investor yang memberikan dampak pada meningkatnya harga saham suatu perusahaan (Nafi'ah & Kurniawati, 2023). Dengan profitabilitas perusahaan yang tinggi, maka menunjukkan bahwa perusahaan bekerja dengan efisien dan efektif dalam mengelola kekayaan perusahaan untuk mendapatkan laba disetiap periodenya. Rasio keuntungan atau *profitability ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (semesteran, triwulanan, dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien.

2.1.4.2 Indikator Profitabilitas

Berikut adalah beberapa indikator profitabilitas yang sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari operasional dan sumber dayanya:

1. Return On Assets (ROA)

ROA yang juga dikenal sebagai rasio kekuatan laba (*earning power ratio*), merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Indikator perhitungan dari ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2. *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu memperoleh laba dengan memanfaatkan modal saham yang dimiliki. Indikator perhitungan dari ROE adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Total\ Equity}$$

3. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross Profit Margin (GPM) adalah rasio yang digunakan untuk menilai persentase keuntungan kotor yang diperoleh dari total penjualan bersih. Indikator perhitungan dari GPM adalah:

$$GPM = \frac{Gross\ Profit\ Margin}{Revenue}$$

4. *Operating Profit Margin* (OPM)

Operating Profit Margin (OPM) adalah rasio yang digunakan untuk menilai seberapa besar persentase laba operasional yang dihasilkan dari penjualan bersih perusahaan. Indikator perhitungan OPM adalah sebagai berikut:

$$OPM = \frac{Operating\ Income}{Revenue}$$

5. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang mengukur tingkat keuntungan dengan membandingkan laba bersih setelah dikurangi bunga dan pajak terhadap total penjualan. Indikator perhitungan NPM adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{Net\ Profit\ Margin}{Revenue}$$

2.2 Penelitian Sebelumnya

Untuk mempermudah jalannya penelitian, penulis menjadikan studi-studi sebelumnya sebagai acuan penting. Referensi tersebut membantu memperkaya landasan teori yang digunakan dalam menganalisis permasalahan yang diteliti. Penelitian terdahulu diharapkan dapat menjadi sumber pembelajaran dalam memahami isu yang diangkat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menunjukkan orisinalitasnya dengan menampilkan hal-hal yang bersifat aktual serta memastikan bahwa topik yang diangkat belum pernah diteliti sebelumnya. Studi sebelumnya juga memberikan sudut pandang yang bermanfaat bagi penulis dalam mengembangkan cara pandang baru agar mampu memahami fenomena secara lebih mendalam. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini antara lain sebagai berikut :

Muhammad Rivandi, dan Berta Agus Petra (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Endah Fitri Ani Rahayul, Bambang Mursito, dan Ratna Damayanti (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2019-2021)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian, ukuran perusahaan dan *leverage* memainkan peranan penting dalam menentukan nilai perusahaan, sementara likuiditas tidak memiliki dampak yang signifikan.

Zumrotun Nafi’ah, dan Rahayu Kurniawati (2023) pada penelitiannya yang berjudul "Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi 30 perusahaan dan sampel 10 perusahaan (30 laporan keuangan) yang diambil melalui *purposive sampling*, serta analisis dilakukan dengan teknik regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (signifikansi 0,003), sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan (signifikansi masing-masing 0,146 dan 0,421).

Nazilul Rohmah, dan Ali Imron (2023) pada penelitiannya yang berjudul "Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *good corporate governance*, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA), sedangkan *leverage* (DER) berpengaruh negatif signifikan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Secara keseluruhan, semua variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas secara simultan.

Ambar Dwi Narwathi, dan Slamet Mudjijah (2024) pada penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin rendah nilai perusahaannya.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Muhammad Rivandi, Berta Agus Petra (2022)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan	1. Terdapat variabel independen yaitu ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas 2. Terdapat variabel dependen yaitu nilai perusahaan 3. Objek penelitian	Terdapat perbedaan pada periode tahun penelitian
2	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan <i>Food and Beverage</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2019-2021) Endah Fitri Ani Rahayul, Bambang Mursito, Ratna Damayanti (2023)	Kuantitatif	Hasil pada penelitian ini menerangkan bahwa: 1. ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, 2. <i>leverage</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, 3. likuiditas tidak mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	1. Variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> 2. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan Objek penelitian	Variabel independen yaitu likuiditas

Tabel 2.1
Lanjutan Penelitian Sebelumnya

3	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor <i>Food and Beverage</i> Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022, Zumrotun Nafi'ah, Rahayu Kurniawati (2023)	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. <i>Leverage</i> berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap konservatisme akuntansi pada perusahaan, 3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan	1. Variabel independen yaitu <i>leverage</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan 2. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan 3. Objek penelitian	Terdapat perbedaan pada periode tahun penelitian.
4	Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor <i>Food and Beverage</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023) Ambar Dwi Narwathi, Slamet Mudjijah (2024)	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan 2. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan 3. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan 4. <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan	1. Variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> 2. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan	Variabel independen yaitu kepemilikan manajerial

Tabel 2.1
Lanjutan Penelitian Sebelumnya

5	Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia. Halim Tri Rejeki dan Slamet Haryono (2021)	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah : 1. Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan total aset tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV)	1. Variabel independen yaitu <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan 3. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan	Terdapat perbedaan pada periode tahun penelitian.
---	--	-------------	---	---	---

Sumber: data diolah (2025)

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dalam menilai kondisi finansial suatu perusahaan, yang menjadi tolak ukurnya adalah ukuran perusahaan itu sendiri. Sebuah perusahaan dikategorikan sebagai besar jika memiliki aset yang melimpah dan bernilai tinggi, sedangkan perusahaan kecil memiliki kekayaan yang lebih terbatas. Perusahaan besar cenderung memiliki lebih banyak risiko rendah dibandingkan perusahaan kecil serta lebih mudah memperoleh pendanaan dari pihak ketiga.

Selain itu, kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan besar umumnya lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya turut berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi juga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, yang pada akhirnya mencerminkan peningkatan kesejahteraan pemilik usaha (Nurmansyah et al., 2023)

Perusahaan dengan ukuran besar tercermin dari tingginya tingkat penjualan serta besarnya total aset yang diperoleh dalam laporan keuangan. Semakin besar skala perusahaan semakin luas pula pangsa pasar yang dapat dijangkau melalui peningkatan penjualan. Dengan meningkatnya penjualan, perusahaan dapat menutupi biaya produksi yang dikeluarkan sehingga laba yang diperoleh juga cenderung meningkat (Christiaan, 2022).

Hasil dari penelitian Susanto & Suryani (2024) dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan (SIZE) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena menjadi cerminan suatu perusahaan dimana ukuran perusahaan menentukan nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan perbandingan yang digunakan perusahaan untuk mengukur sejauh mana penggunaan hutang dalam mendukung operasionalnya. *Leverage* terjadi ketika perusahaan memanfaatkan sumber dana eksternal untuk menjalankan kegiatan bisnisnya. Tinggi atau rendahnya nilai *leverage* mencerminkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap utang.

Leverage yang rendah menunjukkan prospek positif bagi emiten di masa depan, karena rendahnya risiko utang serta beban perusahaan. Kondisi ini dapat menarik minat investor untuk berinvestasi, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan harga saham (Darmawan & Susila, 2022)

Tingkat hutang dalam pembiayaan perusahaan dapat diukur melalui *leverage*. Penggunaan utang dalam operasional perusahaan berisiko menambah

beban biaya bunga yang harus ditanggung. Semakin tinggi nilai *leverage* suatu perusahaan, semakin besar pula biaya bunga yang harus dimiliki, yang pada akhirnya dapat menguntungkan (Rejeki & Haryono, 2021).

Pada penelitian sebelumnya dari Harahap et al., (2022) bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa nilai p value sebesar 0,496 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya *leverage* suatu perusahaan tidak berpengaruh dalam tinggi atau rendahnya nilai suatu perusahaan.

2.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Profitabilitas berperan penting dalam menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Stabilitas dan peningkatan laba perusahaan menjadi indikator positif bagi investor, karena mencerminkan kinerja yang baik dan berpotensi meningkatkan harga saham. Kenaikan harga saham akan memberikan jaminan kesejahteraan bagi investor.

Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung lebih diminati investor, karena dianggap menguntungkan. Namun, investor juga menumpuk dalam penanaman modalnya dan tidak akan berinvestasi secara sembarangan (Kusumaningrum & Iswara, 2022)

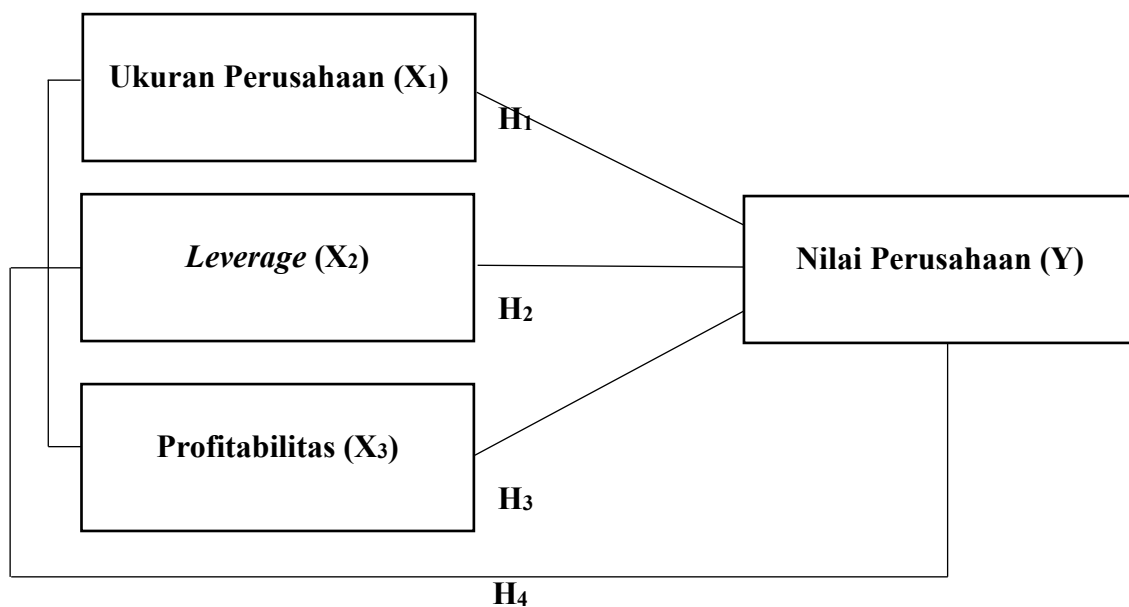
Hasil dari penelitian Narwathi & Mudjijah (2024) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka

semakin menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya serta menghasilkan nilai bagi para pemangku kepentingan.

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas secara simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Adapun kerangka penelitian terkait dengan judul penelitian ini “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food & Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2023” dapat di gambar sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber: data diolah berdasarkan penelitian Zumrotun Nafi'ah dan Rahayu Kurniawati

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan atau pernyataan sementara yang dikemukakan oleh peneliti mengenai hubungan antara variabel yang perlu diuji kebenarannya. Hipotesis berfungsi sebagai dasar untuk melakukan analisis dan pengujian dalam suatu penelitian, berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini:

H₀: Diduga Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₁: Diduga Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₀: Diduga *Leverage* tidak berpengaruh Nilai Perusahaan.

H₂: Diduga *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₀: Diduga Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₃: Diduga Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₀: Diduga Ukuran perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H₄: Diduga Ukuran perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food & Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2023" yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023, dan sampel diambil melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Data sekunder akan dikumpulkan dari laporan keuangan, dan analisis regresi berganda akan digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel tersebut.

Variabel independen meliputi ukuran perusahaan (total aset atau pendapatan), *leverage* (rasio utang terhadap ekuitas), dan profitabilitas (ROA), sementara variabel dependen adalah nilai perusahaan (harga saham atau kapitalisasi pasar).

3.1.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan informasi yang mendalam kepada para investor dalam menilai dan mengevaluasi kinerja perusahaan-perusahaan, khususnya di sektor *food & beverage*, yang memiliki potensi tingkat pengembalian investasi (return) yang tinggi.

3.1.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan pengukuran numerik, di mana data yang dikumpulkan dapat diukur secara kuantitatif dan dianalisis dengan teknik statistik, seperti regresi. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini berupaya untuk mencapai objektivitas dan meminimalkan bias, sehingga hasil yang diperoleh dapat diandalkan. Data yang digunakan bersifat sekunder, diambil dari laporan keuangan perusahaan yang sudah ada. Metode yang diterapkan meliputi regresi data panel untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta purposive sampling untuk menentukan sampel perusahaan yang memenuhi kriteria tertentu. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan hasil yang berbasis data dan dapat diinterpretasikan secara statistik.

3.1.3 Horizon Waktu

Horizon waktu adalah jangka waktu atau periode yang digunakan sebagai batas dalam perencanaan, pengambilan keputusan, atau pelaksanaan suatu aktivitas. Dalam penelitian horizon waktu adalah periode pengamatan atau pengumpulan data, seperti tahunan, bulanan, atau harian, yang digunakan untuk menganalisis suatu fenomena.

Penelitian ini menggunakan horizon waktu dalam bentuk *One Shot Study*, yaitu desain penelitian yang termasuk dalam kategori pra-eksperimental. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan satu kali perlakuan (*treatment*) terhadap

sekelompok subjek dan kemudian mengamati hasilnya tanpa adanya kelompok kontrol atau pengukuran awal.

Tabel 3.1
Horizon Waktu

Keterangan	Nov 2024	Des 2024	Jan 2024	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Jun 2025	Juli 2025	Agust 2025
Pengajuan Judul Proposal										
Pengamatan dan Observasi										
Penyusunan proposal										
Seminar proposal										
Pengolahan Data										
Penyusunan Skripsi										
Ujian Komprehensif										

Sumber: data diolah (2025)

3.1.4 Unit Analisis

Unit analisis adalah tingkat kesatuan data yang dihimpun dan digunakan dalam tahap berikutnya dalam proses analisis data. Unit analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor tersebut dengan menggunakan data tahunan laporan keuangan perusahaan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi Merujuk pada suatu wilayah generalisasi yang mencakup sekelompok individu, peristiwa, atau hal-hal lain yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi juga merupakan keseluruhan elemen yang berhubungan dengan tujuan penelitian, yang menjadi dasar di dalamnya (Sugiyono, 2021).

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 yaitu berjumlah 24 perusahaan.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang baik harus memiliki sifat yang representatif terhadap populasi. Jika suatu sampel tidak mewakili setiap anggota populasi, tidak peduli seberapa besar ukuran sampelnya, hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk populasi tersebut. Ketika populasi sangat besar dan peneliti tidak dapat mempelajari seluruh elemen dalam populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Suriani et al., 2023)

Untuk menentukan sampel penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023.
2. Perusahaan *Food & Beverage* yang menerbitkan *annual report* atau laporan keuangan yang lengkap dan dapat diakses dalam periode 2019-2023.

3. Perusahaan *Food & Beverage* yang memiliki kelengkapan data mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas dalam periode 2019-2023

Tabel 3.2
Kriteria Sampel Perusahaan

Kriteria Pengembalian Sampel	Jumlah
1. Perusahaan <i>Food & Beverage</i> yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023	24
2. Perusahaan <i>Food & Beverage</i> yang menerbitkan <i>annual report</i> atau laporan keuangan yang lengkap dan dapat diakses dalam periode 2019-2023	19
3. Perusahaan <i>Food & Beverage</i> yang memiliki kelengkapan data mengenai ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas dalam periode 2019-2023	8
Jumlah Sampel Penelitian	8
Periode Penelitian	5
Total Sampel Penelitian (8 x 5)	40

Sumber: www.idx.com

Berikut adalah daftar sampel perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023 yang memenuhi kriteria:

Tabel 3.3
Daftar Nama Sampel Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
2	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA
3	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
4	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
5	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
6	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
7	PT Ultrajaya Milk Industry Tbk	ULTJ
8	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR

Sumber: www.idx.com

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data sekunder, penelitian ini mencakup perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023, dengan data keuangan yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasikan. Dengan demikian, data berasal dari dokumen-dokumen publik yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Teknik yang digunakan adalah dokumentasi, data diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang sudah dipublikasikan. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Laporan keuangan perusahaan adalah dokumen utama yang dianalisis untuk mendapatkan data ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel adalah penjelasan yang memberikan makna spesifik kepada suatu variabel dalam konteks penelitian dengan tujuan untuk mengukur dan mengkategorisasikan variabel tersebut. Hal ini sangat penting dalam penelitian karena membantu peneliti dan pembaca memahami bagaimana variabel akan diukur dan apa yang menjadi indikatornya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga variabel bebas (*independen*) yaitu Ukuran Perusahaan (X_1), *Leverage* (X_2), Profitabilitas (X_3) dan satu variabel terikat (*dependen*) yaitu Nilai Perusahaan (Y).

Tabel 3.4
Definisi Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Rumus	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan suatu tolak ukur yang menggambarkan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola perusahaan dan potensi keuntungan yang dapat dihasilkan di masa depan (Rivandi & Petra, 2022).	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X ₁)	Ukuran Perusahaan adalah suatu skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dan diukur dengan total aset yang dimiliki perusahaan (Wulandari & Wardani, 2024).	$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aktiva})$	Rasio
Leverage (X ₂)	Leverage merujuk pada penggunaan utang oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas operasional dan investasi dengan tujuan meningkatkan potensi keuntungan (Yasa et al., 2020).	$DER = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang}}$	Rasio
Profitabilitas (X ₃)	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang diukur dengan berbagai rasio keuangan (Yulisa & Wahyudi, 2023).	$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$	Rasio

Sumber: data diolah (2025)

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif, yaitu dengan menguji serta menganalisis data laporan keuangan tahunan perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui perhitungan numerik, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengujian tersebut.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan dan merangkum data yang telah dikumpulkan, sehingga memberikan gambaran yang jelas dan mudah dipahami mengenai karakteristik data tersebut. Menurut Sugiyono (2021) statistik deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan apa adanya, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang berlaku umum atau melakukan generalisasi. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memberikan pemahaman awal tentang data, termasuk ukuran pemusatan seperti mean, median, dan modus, serta ukuran penyebaran seperti jarak, varians, dan deviasi standar.

Dalam praktiknya, analisis statistik deskriptif mencakup beberapa langkah penting, yaitu pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang relevan. Selanjutnya data diorganisasikan dan disusun dalam bentuk tabel atau grafik untuk memudahkan analisis. Setelah itu, peneliti menghitung ukuran pusat dan variabilitas untuk memahami distribusi data. Hasil analisis biasanya disajikan dalam bentuk narasi atau laporan yang menjelaskan temuan secara ringkas.

Secara keseluruhan, analisis statistik deskriptif berfungsi sebagai alat fundamental dalam penelitian yang memungkinkan peneliti untuk memahami dan menyajikan data dengan cara yang informatif dan terstruktur. Pada penelitian ini, statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum.

3.5.2 Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi data panel adalah proses penting dalam analisis data panel yang bertujuan untuk menentukan model mana yang paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian. Pada model regresi data panel dapat dilakukan tiga pendekatan yaitu :

a. *Common Effect Model* (CEM)

Common Effect Model (CEM) adalah pendekatan dasar analisis dalam regresi data panel yang menggabungkan data *cross-section* dan *time series* tanpa mempertimbangkan perbedaan individu atau waktu. Dalam model ini, diasumsikan bahwa koefisien intersep dan kemiringan adalah konstan untuk semua entitas dan periode waktu. CEM menggunakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS) untuk mengestimasi parameter model.

CEM merupakan model paling sederhana dalam analisis data panel karena tidak memperhatikan variasi antar individu atau waktu. Model ini mengasumsikan bahwa perilaku data antar perusahaan atau individu adalah sama dalam berbagai kurun waktu.

Common Effect Model sering kali digunakan sebagai langkah awal sebelum memutuskan untuk menggunakan model yang lebih kompleks seperti *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM), tergantung pada hasil uji statistik yang dilakukan

b. *Fixed Effect Model* (FEM)

Fixed Effect Model (FEM) adalah pendekatan dalam analisis regresi data panel yang digunakan untuk mengatasi perbedaan antar individu atau entitas dengan cara mengizinkan intersep yang berbeda untuk setiap individu, sementara koefisien kemiringan dianggap konstan. Dalam model ini, perbedaan antar individu diakomodasi melalui variasi intersep, sehingga memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap data longitudinal yang melibatkan pengamatan dari waktu ke waktu.

FEM sering kali diterapkan menggunakan teknik *Least Squares Dummy Variable* (LSDV), di mana variabel *dummy* digunakan untuk membedakan antar individu. Model ini juga mengasumsikan bahwa *error term* bersifat independen dan tidak membebani variabel independen, sehingga menghasilkan estimasi yang lebih efisien.

Keunggulan dari *Fixed Effect Model* adalah kemampuannya untuk mengatasi bias akibat variabel tidak teramati yang konstan sepanjang waktu. Namun, model ini memiliki keterbatasan yaitu tidak dapat digunakan untuk menganalisis variabel pengaruh yang tidak berubah dari waktu ke waktu.

c. *Random Effect Model (REM)*

Random Effect Model (REM) adalah salah satu pendekatan dalam analisis regresi data panel yang digunakan untuk menangani data yang memiliki struktur waktu dan individu. REM mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, dan bahwa efek yang tidak teramati bersifat acak dan tidak bergantung pada variabel independen. Model ini dapat diformulasikan sebagai berikut :

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_k X_{kit} + u_i + e_{it}$$

Random Effect Model sering digunakan dalam penelitian ekonomi, sosial, dan kesehatan untuk menganalisis data longitudinal dimana pengamatan dilakukan pada unit yang sama selama beberapa periode waktu. Dengan menggunakan REM, peneliti dapat mengemukakan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sambil mempertimbangkan efek acak dari individu atau unit observasi. Secara keseluruhan, *Random Effect Model* memberikan pendekatan yang fleksibel dalam analisis data panel, memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang hubungan antar variabel dalam konteks waktu dan individu.

Untuk menentukan model yang paling sesuai, dilakukan tiga jenis pengujian, yaitu Uji *Chow*, Uji *Hausman*, dan Uji *Lagrange Multiplier* (Ulandari & Setiyono, 2024). Untuk memilih model yang paling tepat, beberapa uji statistik dilakukan:

1. Uji *Chow*

Uji *Chow* digunakan untuk menentukan model estimasi yang paling tepat antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam analisis data panel (Ulandari & Setiyono, 2024). Uji ini membandingkan dua model regresi untuk melihat apakah ada perbedaan signifikan antara mereka. Hipotesis dalam uji chow adalah:

H_0 : *Common Effect Model*.

H_1 : *Fixed Effect Model*.

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan nilai probabilitas dari statistik F. Jika nilai probabilitas *cross-section* $F > 0.05$ maka H_0 diterima, yang berarti kesimpulan sementara bahwa *common effect model* lebih tepat digunakan. Sebaliknya jika lebih kecil, FEM yang dipilih.

2. Uji *Hausman*

Uji hausman digunakan untuk memilih antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM) (Ulandari & Setiyono, 2024). Uji ini bertujuan untuk menguji apakah ada hubungan antara galat dalam model dengan satu atau lebih variabel independen.

Hipotesis dalam uji haussman adalah:

H_0 : *Random effect model*

H_1 : *Fixed effect model*

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan nilai probabilitas dari statistik F. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *fixed effect model* (FEM) lebih tepat untuk digunakan. Sebaliknya jika nilai probabilitas lebih besar maka *random effect model* (REM) yang digunakan.

3. Uji Lagrange Multiplier

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) digunakan untuk menentukan apakah model *Common Effect Model* (CEM) lebih tepat dibandingkan dengan model *Random Effect Model* (REM)) (Ulandari & Setiyono, 2024). Uji ini juga dikenal sebagai uji *Breusch-Pagan*. Hipotesis dalam uji *Lagrange Multiplier* adalah:

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Random Effect Model*

Jika hasil uji menunjukkan bahwa jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti *Common Effect Model* (CEM) yang dipilih. Sebaliknya jika nilai probabilitas lebih kecil maka (REM) yang dipilih. Uji LM memberikan informasi tambahan tentang keberadaan efek acak dalam data panel.

3.5.3 Analisis Regresi Data Panel

Regresi data panel adalah metode analisis yang digunakan untuk mengestimasi hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Analisis regresi data panel merupakan gabungan antara *time series* dan *cross section*. Data individu lintas Merujuk pada data yang dikumpulkan pada satu periode waktu untuk berbagai unit observasi, sedangkan data deret waktu adalah data yang dikumpulkan secara berkala (Madany et al., 2022).

Model regresi data panel dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \varepsilon_{it}$$

Artinya:

Y_{it}	= Variabel Nilai Perusahaan dari perusahaan i pada waktu t
α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi masing-masing variabel
X_{1it}	= Ukuran Perusahaan dari perusahaan i pada waktu t
X_{2it}	= <i>Leverage</i> dari perusahaan i pada waktu t
X_{3it}	= Profitabilitas dari perusahaan i pada waktu t
ε_{it}	= Error term
t	= waktu
i	= perusahaan

3.6 Pengujian Data

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji ketentuan klasik memastikan adalah serangkaian pengujian yang dilakukan untuk analisis bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi-asumsi dasar yang diperlukan agar hasil menjadi valid.

Dalam analisis regresi linier, terdapat beberapa asumsi penting yang harus dipenuhi, antara lain normalitas distribusi residu, homoskedastisitas, tidak adanya

autokorelasi, dan tidak adanya multikolinearitas. Asumsi-asumsi ini sangat krusial karena pelanggaran terhadap salah satu atau lebih asumsi tersebut dapat mengakibatkan hasil analisis regresi menjadi bias atau tidak akurat. Misalnya, jika distribusi residu tidak normal, estimasi parameter regresi bisa menjadi tidak efisien. Selain itu, jika terjadi autokorelasi, kesalahan standar dari estimasi bisa menjadi tidak tepat, yang pada akhirnya mempengaruhi uji signifikansi.

Dengan melakukan uji ini, peneliti dapat mendeteksi dan mengukur potensi masalah yang dapat mengganggu hasil analisis. Uji ini juga membantu memastikan bahwa model regresi mencerminkan hubungan yang ada antara variabel-variabel yang dianalisis.

3.6.1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal, sehingga dapat dilakukan pengujian statistik secara tepat.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Jarque Bera* untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen, independen maupun keduanya berdistribusi normal. Kriteria pengambilan keputusan umumnya berdasarkan :

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal
- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dianggap tidak berdistribusi normal

3.6.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2022). Uji multikolinearitas adalah teknik statistik yang digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam sebuah model regresi.

Tujuan pengujian ini adalah memastikan bahwa variabel bebas dalam model benar-benar independen satu sama lain, karena jika terdapat multikolinearitas yang kuat, hal ini dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak stabil, kesulitan dalam menafsirkan pengaruh masing-masing variabel, serta meningkatkan kesalahan standar estimasi.

Cara untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan memeriksa nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dasar untuk mengambil kesimpulannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $VIF < 10$ atau nilai *Tolerance* $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai $VIF > 10$ atau nilai *Tolerance* $< 0,01$, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual (kesalahan) pada pengamatan yang satu dengan pengamatan lainnya. Dalam model regresi yang baik, varians residual harus konstan di seluruh pengamatan, kondisi ini

disebut homoskedastisitas. Jika varians residual berbeda-beda, maka terjadi heteroskedastisitas, yang dapat menyebabkan estimasi parameter regresi menjadi tidak efisien dan uji statistik menjadi tidak valid. Model yang dianggap baik adalah yang memenuhi syarat homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas (Ghozali, 2022). Pengujian hipotesis heteroskedastisitas sebagai berikut:

- 1) H_0 : Tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) H_a : Terjadi heteroskedastisitas.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika profitabilitas $F > \alpha$.
- 2) H_0 ditolak (H_a diterima) jika profitabilitas $F < \alpha$.

3.6.1.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah uji statistik yang digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi antara residual pada satu periode dengan residual pada periode sebelumnya dalam model regresi, khususnya pada data runtun waktu (*time series*). Autokorelasi disebut juga korelasi serial, dan merupakan pelanggaran terhadap asumsi klasik regresi linear yang mengharuskan residual antar pengamatan bersifat bebas (tidak saling berkorelasi).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah *Durbin-Watson* (DW), kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $DW < dL$: Terjadi autokorelasi positif.
- 2) Jika $dL < DW < dU$: Tidak dapat disimpulkan (*inconclusive*).
- 3) Jika $dU < DW < 4 - dU$: Tidak ada autokorelasi.

- 4) Jika $4 - dU < DW < 4 - dL$: Tidak dapat disimpulkan.
- 5) Jika $DW > 4 - dL$: Terjadi autokorelasi negatif.

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial, yang lebih dikenal sebagai uji t, adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam konteks analisis regresi.

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan menggunakan uji ini, peneliti dapat memancarkan seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dalam menjelaskan variasi pada variabel keterikatan.

3.7.2 Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya.

Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik *Anova* merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel *Anova*, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05.

3.7.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat ditunjukkan oleh nilai *customized R – Squared*.

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel ketergantungannya. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai *R-square* (R^2) pada tabel Model *Summary*. Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilainya mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun, jika nilai R^2 semakin kecil, artinya kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange* (IDX) adalah lembaga yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem serta sarana untuk mempertemukan penawaran dan permintaan efek, seperti saham, obligasi, dan instrumen keuangan lainnya di pasar modal Indonesia. BEI berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan merupakan hasil penggabungan antara Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES).

Tujuan utama BEI adalah menciptakan pasar modal yang teratur, efisien, dan transparan, guna untuk mendukung pertumbuhan perekonomian nasional. BEI memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk *go public* dengan menerbitkan saham ke publik sebagai sumber pendanaan, serta memberikan akses kepada investor untuk melakukan investasi dalam bentuk kepemilikan perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI berasal dari berbagai sektor industri, seperti perbankan, energi, teknologi, kesehatan, serta industri makanan dan minuman (*Food & Beverage*). Salah satu indeks utama yang mencerminkan kinerja pasar saham Indonesia adalah Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang menggambarkan pergerakan harga seluruh saham yang tercatat di BEI.

Sebagai pusat perdagangan efek di Indonesia, BEI memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan stabilitas ekonomi, yaitu melalui penyediaan sistem perdagangan yang modern dan berbasis teknologi, mendorong tata kelola

perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*), menyediakan akses informasi yang terbuka bagi investor, memfasilitasi edukasi dan literasi keuangan kepada masyarakat luas. Dengan meningkatnya jumlah investor ritel dan institusional, serta semakin banyaknya perusahaan yang tercatat, BEI terus berkembang menjadi salah satu bursa efek yang dinamis dan kompetitif di kawasan Asia Tenggara.

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di sektor *Food & Beverage* (makanan dan minuman) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019 hingga 2023. Sektor ini dipilih karena merupakan salah satu industri strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penyerapan tenaga kerja, serta memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi dalam jangka panjang. Industri makanan dan minuman juga menjadi salah satu sektor yang tetap bertahan bahkan saat menghadapi krisis.

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

4.2.1 Deskripsi Variabel Nilai Perusahaan

Variabel nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), yang merepresentasikan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku perusahaan. PBV menjadi indikator penting karena mencerminkan persepsi investor terhadap nilai suatu perusahaan di pasar modal. Semakin tinggi nilai PBV, semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor karena menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki prospek cerah dan mampu menghasilkan keuntungan di masa depan.

Tabel 4.1
Data Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food & Beverage* Tahun 2019-2023

No	Emiten	Nilai Perusahaan				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA)	4,30	3,491	3,608	7,002	4,369
2	PT Delta Djakarta Tbk (DLTA)	24,878	16,85	10,03	10,008	6,379
3	PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)	1,657	0,719	0,602	0,707	0,681
4	PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI)	12,846	13,86	8,842	8,149	7,518
5	PT Mayora Indah Tbk (MYOR)	4,949	7,123	5,330	5,920	6,482
6	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI)	0,451	0,603	0,567	0,485	0,409
7	PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk (ULTJ)	18,816	4,188	7,104	9,704	19,87
8	PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	21,878	17,72	10,73	12,840	9,966

Sumber : www.idx.com

Berdasarkan data tabel 4.1, terlihat adanya dinamika perubahan nilai PBV pada setiap perusahaan selama periode 2019–2023. PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) mengalami peningkatan yang cukup tajam dari angka 3,608 di tahun 2021 menjadi 7,002 di tahun 2022, meskipun kembali mengalami penurunan menjadi 4,369 pada tahun berikutnya. Adapun PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) mencatat penurunan nilai PBV dari posisi tertingginya sebesar 24,878 pada 2019 menjadi hanya 6,379 di tahun 2023, yang mengindikasikan adanya penurunan kepercayaan pasar terhadap perusahaan tersebut.

Di sisi lain, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) secara konsisten menunjukkan PBV yang relatif rendah, yakni selalu berada di bawah angka 2 tiap tahunnya, dengan titik terendah pada 2021 sebesar 0,602. Kondisi ini menggambarkan bahwa nilai pasar perusahaan secara umum berada di bawah nilai bukunya. Sebaliknya, PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk (ULTJ) mengalami pertumbuhan PBV yang signifikan, dari 4,188 di tahun 2020 hingga mencapai 19,87 pada 2023, menjadikannya salah satu perusahaan dengan nilai PBV tertinggi dalam

periode tersebut. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang semula memiliki nilai PBV tertinggi sebesar 24,878 pada tahun 2019, mengalami penurunan secara bertahap hingga berada pada angka 9,966 pada tahun 2023. Penurunan ini mencerminkan adanya perubahan penilaian investor terhadap prospek perusahaan tersebut dari waktu ke waktu.

Secara keseluruhan, fluktuasi nilai PBV mencerminkan bahwa nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam maupun luar perusahaan, seperti performa keuangan, profitabilitas, kondisi industri, serta sentimen pasar. Informasi ini penting sebagai dasar analisis untuk memahami sejauh mana ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan selama lima tahun terakhir.

4.2.2 Deskripsi Variabel Ukuran Perusahaan

Variabel Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan logaritma natural dari total aset ($\ln$ Total Aset), yang mencerminkan skala besar kecilnya perusahaan dalam hal mengelola sumber daya, menghadapi risiko, serta memperoleh pembiayaan. Perusahaan besar umumnya dianggap lebih stabil, memiliki akses lebih mudah ke pasar modal dan kredit, serta mampu bertahan di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu. Sebaliknya, perusahaan kecil mungkin lebih fleksibel tetapi cenderung memiliki keterbatasan dalam pendanaan dan jangkauan pasar.

Tabel 4.2
Data Ukuran Perusahaan pada Perusahaan *Food & Beverage* Tahun 2019-2023

No	Emiten	Ukuran perusahaan				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA)	27,963	28,08	28,16	28,172	28,26
2	PT Delta Djakarta Tbk (DLTA)	27,986	27,83	27,90	27,899	27,82
3	PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)	32,197	32,72	32,82	32,826	32,86
4	PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI)	28,693	28,69	28,72	28,847	28,90
5	PT Mayora Indah Tbk (MYOR)	30,577	30,61	30,62	30,735	30,80
6	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI)	29,175	29,12	29,06	29,049	29,00
7	PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk (ULTJ)	29,519	29,80	29,63	29,629	29,64
8	PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	30,659	30,65	30,57	30,539	30,44

Sumber : www.idx.com

Berdasarkan data pada tabel 4.2, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) secara konsisten mencatatkan nilai *Ln Total Aset* tertinggi di antara seluruh perusahaan sampel, yaitu berada di kisaran 32,197 hingga 32,725, yang menunjukkan bahwa perusahaan ini merupakan yang terbesar secara aset. Sebaliknya, PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) memiliki nilai yang paling rendah, mulai dari 27,963 pada 2019 dan perlahan meningkat hingga 28,626 pada 2023.

Fluktuasi ukuran perusahaan pada umumnya bersifat moderat, dan menunjukkan kecenderungan pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun. Misalnya, PT Mayora Indah Tbk (MYOR) mengalami sedikit peningkatan dari 30,577 pada 2019 menjadi 30,990 pada 2023. PT Ultrajaya Milk Industry Tbk (ULTJ) juga menunjukkan pertumbuhan dari 29,519 ke 30,187 selama periode yang sama, mencerminkan adanya ekspansi aset secara bertahap.

Sementara itu, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang juga merupakan salah satu perusahaan besar dalam sektor ini, mencatat nilai ukuran perusahaan di kisaran 30,659 hingga 30,965. Nilai-nilai ini menunjukkan stabilitas aset perusahaan dari tahun ke tahun, meskipun tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan.

Secara umum, data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan mengalami pertumbuhan aset yang relatif stabil, tanpa adanya lonjakan besar. Hal ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan atau sedikit meningkatkan skala usahanya meskipun menghadapi berbagai tantangan ekonomi.

4.2.3 Deskripsi Variabel *Leverage*

Variabel *Leverage* dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu perbandingan antara total utang dan total ekuitas perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar perusahaan menggunakan utang sebagai sumber pendanaan dalam menjalankan operasional bisnisnya.

Leverage mencerminkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap dana dari pihak ketiga. Semakin tinggi *leverage*, berarti semakin besar proporsi utang dibandingkan modal sendiri. Oleh karena itu, *leverage* menjadi indikator penting dalam menilai struktur keuangan dan risiko suatu perusahaan, serta sering dianalisis hubungannya dengan nilai perusahaan dan kepercayaan investor.

Tabel 4.3
Data *Leverage* pada Perusahaan *Food & Beverage* Tahun 2019-2023

No	Emiten	<i>Leverage</i>				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA)	23,137	24,26	22,34	10,854	15,30
2	PT Delta Djakarta Tbk (DLTA)	17,504	20,16	29,55	30,617	29,28
3	PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)	77,480	104,6	106,0	92,723	82,73
4	PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI)	110,22	102,8	165,8	214,41	202,3
5	PT Mayora Indah Tbk (MYOR)	92,071	75,46	75,31	73,562	56,19
6	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI)	51,374	37,91	46,06	55,912	64,74
7	PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk (ULTJ)	16,857	83,07	44,15	26,684	12,51
8	PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	290,9	315,9	341,2	358,29	392,8

Sumber : www.idx.com

Berdasarkan Data pada tabel 4.3, dapat terlihat bahwa terjadi fluktuasi yang cukup besar pada rasio DER di masing-masing perusahaan. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) secara konsisten memiliki DER yang sangat tinggi, yaitu mencapai 290,95 pada tahun 2019 dan meningkat drastis menjadi 392,87 pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki proporsi utang yang sangat besar dibandingkan dengan modal sendiri.

Sebaliknya, PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) memiliki rasio DER yang jauh lebih rendah, hanya sekitar 15,30 pada tahun 2023, menunjukkan struktur pendanaan yang relatif lebih konservatif. PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) juga menunjukkan peningkatan signifikan, dari 110,22 di tahun 2019 menjadi 202,32 di tahun 2023, mengindikasikan peningkatan pembiayaan melalui utang.

Sementara itu, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mencatat DER sebesar 77,48 pada 2019 dan 82,73 pada 2023, yang menandakan penggunaan utang tetap berada dalam kisaran yang tinggi namun relatif stabil. PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk (ULTJ) justru menunjukkan penurunan DER dari 83,07 pada 2020

menjadi 12,51 pada 2023, mencerminkan kebijakan perusahaan dalam menurunkan beban utangnya dan memperkuat struktur modal.

Secara keseluruhan, data leverage dari delapan perusahaan sektor makanan dan minuman menunjukkan variasi yang cukup besar antar perusahaan dan dari tahun ke tahun. Hal ini mencerminkan perbedaan strategi pembiayaan yang diambil oleh masing-masing perusahaan, serta mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola utang untuk mendukung pertumbuhan dan stabilitas keuangan perusahaan.

4.2.4 Deskripsi Variabel Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE), yaitu perbandingan antara laba bersih setelah pajak terhadap total ekuitas. Rasio ini digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari dana yang telah ditanamkan oleh pemegang saham. ROE menjadi salah satu indikator utama yang mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola modal dan aset perusahaan.

Tabel 4.4
Data Profitabilitas pada Perusahaan *Food & Beverage* Tahun 2019-2023

No	Emiten	Profitabilitas				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA)	15,466	11,60	10,96	12,916	8,010
2	PT Delta Djakarta Tbk (DLTA)	22,293	10,12	14,36	17,611	16,48
3	PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)	6,136	5,352	6,303	5,095	6,160
4	PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI)	9,929	9,824	22,25	27,409	30,43
5	PT Mayora Indah Tbk (MYOR)	9,480	10,27	10,26	10,923	18,01
6	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI)	5,062	3,796	6,776	10,460	8,443
7	PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk (ULTJ)	15,589	12,98	16,89	12,964	15,83
8	PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	35,803	34,85	30,19	29,288	28,81

Sumber : www.idx.com

Berdasarkan Data pada tabel 4.4, terlihat bahwa masing-masing perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang berbeda-beda dan mengalami fluktuasi selama lima tahun pengamatan. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) secara konsisten menunjukkan ROE tertinggi dibandingkan perusahaan lain, dengan nilai mencapai 35,803% pada 2019 dan meskipun mengalami penurunan, tetap berada pada kisaran dua digit hingga 20,213% pada 2023, menandakan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan tingkat laba yang tinggi.

Sebaliknya, PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) mencatatkan nilai ROE yang paling rendah selama periode penelitian, yaitu 3,796% pada 2020 dan hanya 2,736% pada 2023. PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) menunjukkan fluktuasi sedang dengan ROE antara 5–6%, sementara PT Ultra Jaya Milk Industry Tbk (ULTJ) cenderung mengalami penurunan, dari 15,589% pada 2019 menjadi 13,698% pada 2023, namun tetap mencerminkan kinerja yang stabil.

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA) memperlihatkan tren penurunan yang cukup mencolok, dari 15,466% pada 2019 menjadi 3,792% pada 2023. Sebaliknya, PT Delta Djakarta Tbk (DLTA) dan PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) mencatatkan ROE di atas rata-rata sektor, dengan angka di kisaran 9%–22%, menunjukkan stabilitas profitabilitas yang baik.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa profitabilitas di sektor makanan dan minuman cenderung bervariasi antar perusahaan, yang mencerminkan perbedaan dalam efisiensi manajemen, strategi bisnis, serta kondisi pasar yang dihadapi oleh masing-masing entitas.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah suatu teknik analisis data dengan cara mendeskripsikan suatu objek penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), median, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum.

Tabel 4.5
Hasil Statistik Deskriptif (N=40)

	Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan	Leverage	Profitabilitas
Mean	7.775996	29.68158	99.83995	14.88611
Median	6.742359	29.34706	69.15363	12.26066
Maximum	24.87801	32.85992	392.8719	35.80319
Minimum	0.408870	27.82003	10.85422	3.796047
Std. Dev.	6.482921	1.507224	104.1472	8.785528
Skewness	0.851941	0.712721	1.588442	0.949589
Kurtosis	2.992603	2.635602	4.382965	2.856447
Jarque-Bera	4.838785	3.607781	20.00865	6.045812
Probability	0.088976	0.164657	0.000045	0.048660
Sum	311.0398	1187.263	3993.598	595.4442
Sum Sq. Dev.	1639.102	88.59728	423018.7	3010.234
Observations	40	40	40	40

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, variabel nilai perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 7,78 dengan nilai maksimum sebesar 24,88 dan nilai minimum sebesar 0,41. Nilai standar deviasi sebesar 6,48 menunjukkan bahwa nilai perusahaan memiliki variasi yang cukup tinggi antar perusahaan dalam sampel. Skewness sebesar 0,85 menandakan bahwa distribusi data condong ke kanan (positif), sedangkan kurtosis sebesar 2,99 menunjukkan bahwa distribusi data mendekati distribusi normal. Nilai Jarque-Bera sebesar 4,83 dengan probabilitas 0,089 mengindikasikan bahwa data nilai perusahaan tidak terlalu menyimpang.

Variabel ukuran perusahaan, rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 29,68 dengan nilai maksimum 32,86 dan nilai minimum 27,82. Standar deviasi sebesar 1,51 mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan relatif homogen. Skewness sebesar 0,71 menunjukkan distribusi yang sedikit condong ke kanan, sedangkan kurtosis sebesar 2,63 masih mendekati bentuk distribusi normal. Probabilitas Jarque-Bera $0,089 > 0,05$ menunjukkan data masih dapat dianggap mendekati normal.

Variabel *leverage* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 99,84 dengan nilai maksimum sebesar 392,87 dan nilai minimum sebesar 10,85. Standar deviasi *leverage* sebesar 104,15 menandakan bahwa data leverage memiliki penyebaran yang sangat tinggi, mengindikasikan adanya perbedaan besar dalam struktur modal antar perusahaan. Skewness sebesar 1,59 menunjukkan distribusi yang sangat condong ke kanan, dan kurtosis sebesar 4,38 mengindikasikan bentuk distribusi yang lebih runcing dibanding distribusi normal (*leptokurtic*). Nilai Jarque-Bera sebesar 20,01 dengan probabilitas 0,000045 mengindikasikan bahwa data leverage tidak berdistribusi normal.

Variabel profitabilitas memiliki rata-rata sebesar 14,89 dengan nilai maksimum 35,80 dan nilai minimum 3,80. Nilai standar deviasi sebesar 8,79 menandakan adanya variasi sedang antar perusahaan terkait kemampuan menghasilkan laba. Skewness sebesar 0,95 menunjukkan distribusi condong ke kanan, dan kurtosis sebesar 2,86 masih berada dekat dengan distribusi normal. Nilai Jarque-Bera 6,05 dengan probabilitas 0,048 bahwa data sedikit menyimpang dari distribusi normal, namun masih dalam batas toleransi pada signifikansi 5%.

4.4 Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi data panel dapat dilakukan dengan tiga pendekatan yaitu *common effect*, *fixed effect* dan *random effect*. Masing-masing model memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Untuk memilih model yang paling tepat terdapat pengujian yaitu *chow test*, *hausman test* dan *lagrange multiplier*. Setelah dilakukan pengujian maka akan diperoleh model regresi terbaik yaitu apakah menggunakan *common effect*, *fixed effect* atau *random effect*. Maka, Langkah pertama yang harus dilakukan adalah memilih model dari ketiga pendekatan model yang tersedia. Dalam penentuan model maka dilakukan pengujian model sebagai berikut:

a. *Common Effect Model (CEM)*

Common effect model adalah teknik yang paling sederhana untuk mengestimasi data panel hanya dengan mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. *Common Effect Model* ini menggunakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS) untuk mengestimasi data panel. Berikut adalah tabel *common effect model*:

Tabel 4.6
Hasil Regresi CEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.441338	11.35071	-0.391283	0.6979
Ukuran Perusahaan	0.821573	3.380223	0.243053	0.8093
<i>Leverage</i>	-0.396160	0.177788	-2.228275	0.0322
Profitabilitas	1.895292	0.266423	7.113839	0.0000
R-squared	0.653921	Mean dependent var		1.511797
Adjusted R-squared	0.625081	S.D. dependent var		1.259263
S.E. of regression	0.771055	Akaike info criterion		2.412525
Sum squared resid	21.40292	Schwarz criterion		2.581413
Log likelihood	-44.25050	Hannan-Quinn criter.		2.473589
F-statistic	22.67417	Durbin-Watson stat		1.835542
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil estimasi model regresi data panel dengan *Common*

Effect Model pada tabel 4.6, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = -4.4413 + 0.8215\text{Ukuran Perusahaan} - 0.3961\text{Leverage} \\ + 1.8952\text{Profitabilitas}$$

b. Fixed Effect Model

Fixed effect model adalah teknik mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel dummy untuk menangkap adanya perbedaan intersep. FEM sering kali diterapkan menggunakan teknik *Least Squares Dummy Variable* (LSDV), di mana variabel *dummy* digunakan untuk membedakan antar individu.

Tabel untuk *Fixed Effect Model* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Regresi FEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.19388	11.22246	-0.908346	0.3712
Ukuran Perusahaan	2.372239	3.334059	0.711517	0.4824
<i>Leverage</i>	-0.465437	0.180066	-2.584817	0.0150
Profitabilitas	2.204163	0.286919	7.682193	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.740863	Mean dependent var	1.511797	
Adjusted R-squared	0.651506	S.D. dependent var	1.259263	
S.E. of regression	0.743386	Akaike info criterion	2.473213	
Sum squared resid	16.02605	Schwarz criterion	2.937655	
Log likelihood	-38.46426	Hannan-Quinn criter.	2.641141	
F-statistic	8.291011	Durbin-Watson stat	2.205559	
Prob(F-statistic)	0.000004			

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil estimasi model regresi data panel dengan *Common*

Effect Model pada tabel 4.7, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Perusahaan} = & -10.1988 + 2.3722\text{Ukuran Perusahaan} - 0.4654\text{Leverage} \\ & + 2.2041\text{Profitabilitas} \end{aligned}$$

c. *Random Effect Model*

Random effect model adalah teknik untuk mengatasi ketidakpastian dari model yang digunakan oleh *fixed effect model*. Dalam teknik ini diambil beberapa sampel dipilih secara acak dan merupakan wakil dari populasi. Tabel untuk *fixed effect model* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Regresi REM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.441338	10.94339	-0.405846	0.6873
Ukuran Perusahaan	0.821573	3.258925	0.252099	0.8024
Leverage	-0.396160	0.171408	-2.311212	0.0267
Profitabilitas	1.895292	0.256863	7.378618	0.0000
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.000000	0.0000
Idiosyncratic random			0.743386	1.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.653921	Mean dependent var		1.511797
Adjusted R-squared	0.625081	S.D. dependent var		1.259263
S.E. of regression	0.771055	Sum squared resid		21.40292
F-statistic	22.67417	Durbin-Watson stat		1.835542
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.653921	Mean dependent var		1.511797
Sum squared resid	21.40292	Durbin-Watson stat		1.835542

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil estimasi model regresi data panel dengan *Common*

Effect Model pada tabel 4.8, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Perusahaan} = & -4.4413 + 0.8215\text{Ukuran Perusahaan} - 0.3961\text{Leverage} \\ & + 1.8952\text{Profitabilitas} \end{aligned}$$

Setelah memilih model yang tepat digunakan dalam mengelola data panel, maka dapat dilakukan tiga pengujian yaitu:

1. Uji Chow

Uji chow adalah pengujian untuk menentukan model antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) yang lebih tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Hipotesis dalam uji chow adalah:

Tabel 4.9
Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.389961	(7,29)	0.2471
Cross-section Chi-square	11.572467	7	0.1155

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil uji chow pada tabel 4.9, menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross-section* F adalah $0,2471 > 0.05$ maka H_0 diterima, yang berarti kesimpulan sementara bahwa *common effect model* lebih tepat digunakan.

2. Uji Hausman

Uji hausmann adalah pengujian untuk menentukan model *fixed effect model* (FEM) atau *random effect model* (REM) yang lebih tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Hipotesis dalam uji hausmann adalah:

H_0 : *Random effect model*

H_1 : *Fixed effect model*

Tabel 4.10
Hasil Uji Hausmann

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	7.820446	3	0.0499

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil uji hausman pada tabel 4.10, menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross-section* F $0,04991 < 0,05$, maka H_1 diterima, yang berarti bahwa model *fixed effect model* (FEM) lebih sesuai untuk digunakan.

3. Uji Lagrange Multiplier

Uji *Lagrange Multiplier* (LM) adalah pengujian untuk menentukan model *common effect model* atau *random effect model* yang lebih tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Hipotesis dalam uji *Lagrange Multiplier* adalah:

H_0 : *Common Effect Model*

H_1 : *Random Effect Model*

Tabel 4.11
Hasil Uji LM

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
	0.206140 (0.4183)	-1.355494 (0.9124)	-0.812716 (0.7918)
	0.206140 (0.4183)	-1.355494 (0.9124)	-0.957003 (0.8307)
	0.367087 (0.3568)	-1.194642 (0.8839)	-- --
	--	--	0.042494
	--	--	(0.6631)

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Hasil uji *Lagrange Multiplier* pada tabel 4.11, menunjukkan bahwa nilai probabilitas cross-section F adalah $0.4183 > 0.05$ maka H_0 diterima yang berarti kesimpulan sementara bahwa *common effect model* (CEM) lebih tepat digunakan.

4.5 Hasil Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel dalam penelitian ini digunakan untuk mengestimasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan mempertimbangkan dimensi waktu (*time series*) dan entitas (*cross section*) secara bersamaan. Data panel memberikan keunggulan karena mampu menangkap dinamika perilaku perusahaan dari waktu ke waktu. Teknik ini juga meningkatkan jumlah observasi dan akurasi estimasi parameter model.

Berdasarkan hasil dari ketiga pengujian, dua dari tiga pengujian yaitu Uji Chow dan Uji *Lagrange Multiplier* menyatakan bahwa model yang paling sesuai untuk digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).

Oleh karena itu, dalam penelitian ini model regresi data panel yang digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM) terhadap 8 perusahaan di sektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2023.

Estimasi dilakukan dengan metode *Ordinary Least Squares* (OLS). Adapun hasil analisis regresi data panel untuk membuktikan signifikansi perumusan hipotesis yang telah dibuat berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Regresi CEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.441338	11.35071	-0.391283	0.6979
Ukuran Perusahaan	0.821573	3.380223	0.243053	0.8093
Leverage	-0.396160	0.177788	-2.228275	0.0322
Profitabilitas	1.895292	0.266423	7.113839	0.0000
R-squared	0.653921	Mean dependent var		1.511797
Adjusted R-squared	0.625081	S.D. dependent var		1.259263
S.E. of regression	0.771055	Akaike info criterion		2.412525
Sum squared resid	21.40292	Schwarz criterion		2.581413
Log likelihood	-44.25050	Hannan-Quinn criter.		2.473589
F-statistic	22.67417	Durbin-Watson stat		1.835542
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data Diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil estimasi model regresi data panel dengan *Common Effect Model* pada tabel 4.6, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = -4.4413 + 0.8215\text{Ukuran Perusahaan} - 0.3961\text{Leverage} + 1.8952\text{Profitabilitas}$$

Berdasarkan hasil estimasi untuk model regresi data panel *common effect model* (CEM) secara statistik variabel, maka persamaannya adalah sebagai berikut:

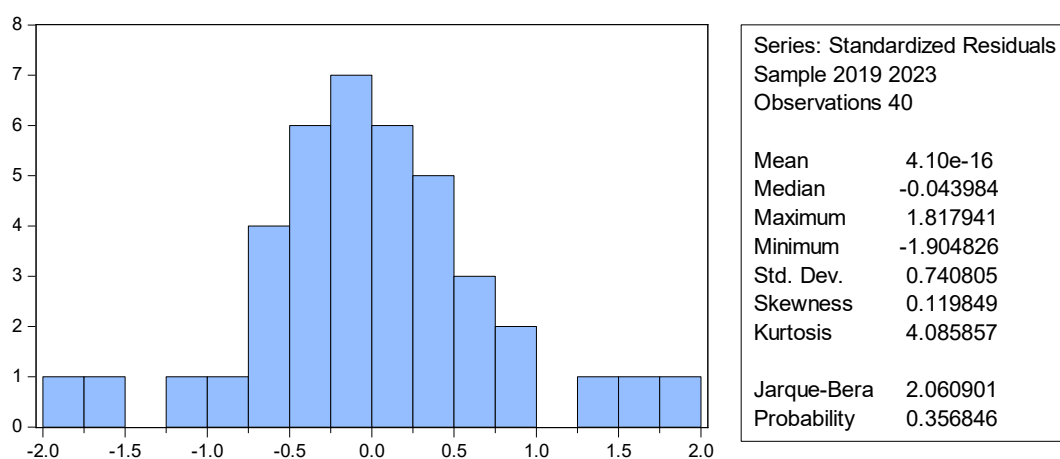
- 1) Nilai konstanta sebesar -4,4413 artinya apabila semua nilai variabel Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas konstan atau tetap, maka nilai Nilai Perusahaan sebesar -4,4413.
- 2) Koefisien Ukuran Perusahaan sebesar 0,8215 artinya apabila variabel independen lainnya tetap maka setiap kenaikan 1 satuan Ukuran Perusahaan akan menyebabkan peningkatan Nilai Perusahaan sebesar 0,8215.
- 3) Koefisien Leverage sebesar -0,3961 artinya apabila variabel independen lainnya tetap maka setiap kenaikan 1 satuan Leverage akan menyebabkan penurunan Nilai Perusahaan sebesar -0,3961.
- 4) Koefisien Profitabilitas sebesar 1,8952 artinya apabila variabel independen lainnya tetap maka setiap kenaikan 1 satuan Profitabilitas akan menyebabkan peningkatan Nilai Perusahaan sebesar 1.8952.

4.6 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat normalitas, multikolonieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik ini dilakukan sebagai parameter untuk mengukur apakah data yang digunakan bersifat blue atau tidak.

4.6.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan *Jarque Bera* untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen, independen maupun keduanya berdistribusi normal. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal namun sebaliknya apabila probabilitas $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas pada gambar di bawah:



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data Diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar histogram diatas, menunjukkan bahwa nilai probabilitas jarque-bera sebesar 0,3568 yang mana nilai tersebut lebih besar dari derajat kesalahan yaitu sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dari model tersebut berdistribusi normal.

4.6.2 Hasil Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel independen. Dalam penelitian ini metode yang dipakai untuk mendeteksi ada tidaknya masalah multikolonieritas adalah dengan memeriksa nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF < 10$ atau nilai *Tolerance* $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berikut adalah hasil uji multikolonieritas pada tabel di bawah:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolonieritas

Variable	Centered VIF
C	NA
Ukuran Perusahaan	1.668
Leverage	3.678
Profitabilitas	3.314

Sumber : Data Diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas pada tabel 4.13, dinyatakan bahwa nilai $VIF < 10$ atau nilai *Tolerance* $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas

4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini menggunakan uji glejser untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas pada tabel di bawah:

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Value	df	Probability
Likelihood ratio	14.89807	8	0.0612

Sumber : Data Diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.14, menunjukkan nilai prob untuk uji Glejser adalah sebesar $0.0612 > 0.05$, maka dapat dikatakan bahwa tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6.4 Hasil Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode $t-1$ sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW). Berikut adalah hasil uji autokorelasi pada tabel di bawah:

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.880610	Mean dependent var	2.407128
Adjusted R-squared	0.870661	S.D. dependent var	2.927481
S.E. of regression	0.815468	Akaike info criterion	2.040073
Sum squared resid	23.93956	Schwarz criterion	2.208961
Log likelihood	-36.80146	Hannan-Quinn criter.	2.101138
F-statistic	88.51108	Durbin-Watson stat	2.044866
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data Diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4.15, menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 2.044, nilai ini lebih besar dari nilai *Du* yaitu 1.566 dan kurang dari 4-DU yaitu 2.434, maka dapat dikatakan bahwa tersebut tidak terjadi autokorelasi.

4.7 Hasil Pengujian Hipotesis

4.7.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung terhadap t-tabel dengan tingkat signifikansi 0,05.

- a) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan terdapat pengaruh signifikan variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial
- b) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.441338	11.35071	-0.391283	0.6979
Ukuran Perusahaan	0.821573	3.380223	0.243053	0.8093
<i>Leverage</i>	-0.396160	0.177788	-2.228275	0.0322
Profitabilitas	1.895292	0.266423	7.113839	0.0000

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan tabel 4.16, maka dapat diketahui hasil regresi sebagai berikut:

- 1) Pada variabel Ukuran Perusahaan yang disimbolkan dengan X_1 memiliki nilai koefisien sebesar 0,8215 yang menunjukkan kearah positif. Nilai t-hitung sebesar 0,2430 dengan probabilitas t-statistik sebesar $0.8093 > 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- 2) Pada variabel Leverage yang disimbolkan dengan X_2 memiliki nilai koefisien sebesar -0,3961 yang menunjukkan kearah negatif. Nilai t-hitung sebesar -2.2282 dengan probabilitas t-statistik sebesar $0.0322 < 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Leverage secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- 3) Pada variabel Profitabilitas yang disimbolkan dengan X_3 memiliki nilai koefisien sebesar 1,8952 yang menunjukkan kearah positif. Nilai t-hitung sebesar 7,1138 dengan probabilitas t-statistik sebesar $0.0000 < 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

4.7.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan (Uji F)

R-squared	0.653921	Mean dependent var	1.511797
Adjusted R-squared	0.625081	S.D. dependent var	1.259263
S.E. of regression	0.771055	Akaike info criterion	2.412525
Sum squared resid	21.40292	Schwarz criterion	2.581413
Log likelihood	-44.25050	Hannan-Quinn criter.	2.473589
F-statistic	22.67417	Durbin-Watson stat	1.835542
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan tabel 4.17, maka dapat diketahui hasil nilai F hitung sebesar 22,6741 dengan probabilitas f-statistik sebesar $0.000 < 0,05$ maka H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

4.7.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Jika nilai koefisien determinasi R^2 lebih mendekati satu yang artinya bahwa variabel-variabel independent memberikan hamper semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan bisa dikatakan hubungannya cenderung kuat. Berikut adalah koefisien determinasi yang dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Determinasi

R-squared	0.653921	Mean dependent var	1.511797
Adjusted R-squared	0.625081	S.D. dependent var	1.259263
S.E. of regression	0.771055	Akaike info criterion	2.412525
Sum squared resid	21.40292	Schwarz criterion	2.581413
Log likelihood	-44.25050	Hannan-Quinn criter.	2.473589
F-statistic	22.67417	Durbin-Watson stat	1.835542
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Berdasarkan tabel 4.18, nilai *R-squared* sebesar 0,6539. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen sebesar 65,39% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

4.8.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,8215 dengan nilai signifikansi 0,8093, yang berarti jauh di atas batas signifikansi 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nafi'ah & Kurniawati (2023), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memiliki hubungan negatif dengan nilai perusahaan, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan cenderung mengalami penurunan.

Besar kecilnya ukuran perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset tidak menjadi faktor yang menentukan secara langsung terhadap tinggi rendahnya nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa investor atau pasar

tidak selalu menilai perusahaan hanya dari skala operasinya. Ukuran perusahaan mungkin memberikan reputasi dan persepsi stabilitas, tetapi tanpa didukung oleh kinerja keuangan yang efisien atau profitabilitas yang baik, ukuran tidak serta merta meningkatkan valuasi perusahaan.

4.8.2 Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi sebesar -0,3961 dengan tingkat signifikansi 0,0322 yang berada di bawah ambang batas 0,05.. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rejeki & Haryono (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi tingkat *leverage* atau proporsi utang dalam struktur modal perusahaan, maka semakin rendah nilai perusahaan.

Pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan seperti kesulitan membayar kewajiban, beban bunga yang tinggi, dan ketergantungan terhadap pihak ketiga. Risiko-risiko ini dapat menurunkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan di pasar. Rasio *leverage* yang ideal adalah ketika terdapat keseimbangan antara jumlah utang dan modal yang dimiliki perusahaan.

4.8.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 1,8952 dengan tingkat signifikansi 0,0000, yang jauh di bawah batas signifikansi 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Narwathi & Mudjijah (2024), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar kepercayaan dan minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Pengaruh positif ini menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara konsisten akan lebih dipercaya oleh investor karena dianggap memiliki prospek yang baik dan manajemen yang efisien dalam mengelola sumber dayanya. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang sehat, efisiensi operasional, dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi para pemegang saham. Temuan ini sejalan dengan teori sinyal, di mana laba yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor tentang prospek perusahaan di masa depan.

4.8.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan melalui uji F dengan nilai F-statistic sebesar 22,67417 dan nilai signifikansi 0,0000, yang berada jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nafi'ah & Kurniawati (2023), yang menyatakan bahwa *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada nilai perusahaan.

Secara keseluruhan, model regresi ini memiliki nilai R-squared sebesar 0,6539, yang berarti bahwa sekitar 65,39% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas. Sisanya sebesar 34,61% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas memainkan peran penting dalam menentukan seberapa besar nilai suatu perusahaan di mata investor.

Meskipun secara parsial ukuran perusahaan tidak signifikan, namun ketika digabungkan dengan *leverage* dan profitabilitas, variabel ini tetap memberikan kontribusi terhadap kekuatan model secara keseluruhan. Ukuran perusahaan yang merepresentasikan skala operasi dan daya saing membuka akses pasar serta meningkatkan kepercayaan investor, *Leverage* yang mencerminkan proporsi pendanaan berbasis utang menambah daya ungkit finansial perusahaan, serta profitabilitas yang menunjukkan efisiensi pengelolaan aset memungkinkan perusahaan untuk mengantarkan arus kas yang lebih baik, semuanya bersama-sama meningkatkan valuasi pasar.

Temuan ini mendukung pendekatan luas yang menyatakan bahwa valuasi perusahaan tidak hanya ditentukan oleh satu aspek keuangan, tetapi juga oleh kombinasi yang terjalin antara modal, skala operasi, dan kinerja operasional. Ketika ketiga faktor ini tumbuh secara seimbang dan sinergis, mereka memberi sinyal positif kepada investor mengenai stabilitas, pertumbuhan, dan potensi profitabilitas jangka panjang perusahaan..

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan cenderung mengalami penurunan. Besar kecilnya ukuran perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset tidak menjadi faktor yang menentukan secara langsung terhadap tinggi rendahnya nilai perusahaan.
2. Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan utang, semakin rendah nilai perusahaan karena risiko keuangan yang ditanggung juga semakin besar.
3. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi pula nilai perusahaan karena perusahaan mampu menghasilkan laba yang baik.
4. Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti ketiga variabel ini bersama-sama dapat menjelaskan variasi nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa saran dari penulis bagi para peneliti yang ingin melanjutkan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini:

1. Karena profitabilitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, manajemen perusahaan perlu terus mengoptimalkan efisiensi operasional dan pengelolaan aset untuk menghasilkan laba secara konsisten. Strategi peningkatan margin keuntungan, pengendalian biaya, serta inovasi produk atau jasa yang bernilai tambah tinggi perlu menjadi prioritas utama. Hal ini dapat memperkuat persepsi investor terhadap kinerja keuangan dan meningkatkan valuasi pasar perusahaan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, pertumbuhan perusahaan baik melalui ekspansi aset maupun peningkatan total aset harus dilakukan secara selektif dan terukur. Perusahaan sebaiknya tidak hanya fokus pada peningkatan skala, tetapi juga pada kualitas pertumbuhan dan dampaknya terhadap profitabilitas dan efisiensi.
3. Karena leverage tidak terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, maka perusahaan perlu meninjau kembali penggunaan utang sebagai instrumen pembiayaan. Rasio utang yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan efisiensi dan hasil investasi yang produktif dapat menimbulkan risiko keuangan. Disarankan agar perusahaan mempertimbangkan struktur modal yang seimbang dan berkelanjutan.

4. Walaupun secara individu ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh, namun secara simultan ketiga variabel (ukuran, leverage, dan profitabilitas) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi dan keseimbangan antar ketiga faktor sangat penting. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan sinergi antara skala usaha, struktur pembiayaan, dan pencapaian laba agar dapat meningkatkan nilai perusahaan secara optimal.
5. Investor dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai acuan dalam melakukan penilaian terhadap emiten. Profitabilitas dapat menjadi indikator utama dalam memilih perusahaan dengan prospek nilai yang baik. Di sisi lain, investor juga sebaiknya tidak hanya melihat ukuran perusahaan dan struktur utang secara terpisah, melainkan harus menganalisis keterkaitannya dengan kinerja laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- agustiningsih, W., & Septiani, N. D. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3). <https://doi.org/10.61132/Keat.V1i2.149>
- Christiaan, P. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi). *Akmen Jurnal Ilmiah*, 19(1), 37–50. <https://doi.org/10.37476/Akmen.V19i1.2439>
- Darmawan, I. G. A. S., & Susila, G. P. A. J. (2022). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(3), 63–69. <https://doi.org/10.37403/Sultanist.V6i1.115>
- Harahap, R. M., Halim, E. H., & Indrawati, N. (2022). Analisis Pengaruh Lverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 5(1). <https://doi.org/10.7454/Jabt.V5i1.1040>
- Kalbuana, N., Yohana, Y., Bp, A. I., & Cahyadi, C. I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 4(2), 58–66. <https://doi.org/10.34128/Jra.V4i2.79>
- Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 1(3), 295–312. <https://doi.org/10.24034/Jiaku.V1i3.5509>
- Madany, N., Ruliana, & Rais, Z. (2022). Regresi Data Panel Dan Aplikasinya Dalam Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Idx Lq45 Bursa Efek Indonesia. *Variansi: Journal Of Statistics And Its Application On Teaching And Research*, 4(2), 79–94. <https://doi.org/10.35580/Variansium28>
- Nafi'ah, Z., & Kurniawati, R. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. *Journal Intelektual*, 1(1), 76–84. <https://doi.org/10.61635/Jin.V1i1.84>
- Narwatih, A. D., & Mudjijah, S. (2024). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2021). *Journal Of Management And Social Sciences*, 3(2), 60–75. <https://doi.org/10.30630/Jam.V18i2.231>

- Nirawati, L., Samsudin, A., Stifanie, A., Setianingrum, M. D., Syahputra, M. R., Khrisnawati, N. N., & Saputri, Y. A. (2022). Profitabilitas Dalam Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 60–68.
- Nurmansyah, A., Kristianto, G. B., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Corporate Governance Pada Industri Perbankan Di Indonesia. *Applied Research In Management And Business*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.53416/Arimbi.V3i1.134>
- Putra, A. A. W. Y., & Badjra, I. B. (2015). *Pengaruh Leverage , Pertumbuhan Penjualan Dan*. 4(7), 2052–2067.
- Rahayu, E. F. A., Mursito, B., & Damayanti, R. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2019-2021). *Jurnal Edueco*, 6(1), 11–17. <https://doi.org/10.36277/Educo.V6i1.142>
- Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia. *Invoice : Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.26618/Inv.V3i1.4969>
- Rismawandi, R. A. R. &. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 34–43. <https://www.revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/177>
- Rivandi, M., & Petra, B. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2571–2580.
- Rohmah, N., & Imron, A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2018-2022. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 9(02), 195–216. <https://doi.org/10.47686/Jab.V9i02.633>
- Sugiyono, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Yogyakarta.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.55>

- Susanto, E. E., & Suryani, Z. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jci Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(9), 2413–2426.
- Ulandari, N., & Setiyono, W. P. (2024). Menganalisis Dampak Struktur Modal , Likuiditas , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Real Estat. *Jurnal Of Micro, Small And Medium Enterprises*, 1(1), 1–19.
- Wulandari, N. R., & Wardani, L. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2017-2022. *Alexandria (Journal Of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(1), 111–118. <https://doi.org/10.29303/Alexandria.V5i1.582>
- Yasa, I. K. E. T., Sunarsih, N. M., & Pramesti, I. Gusti A. A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, ;Everage Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2016-2018. *Jurnal Kharisma*, Vol. 2 No.(3), 19–32.
- Yulisa, C. F., & Wahyudi, I. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 52–61. <https://doi.org/10.51903/Jupea.V3i1.580>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Nama Perusahaan Yang Menjadi Populasi

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
2	PT Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
3	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
4	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA
5	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
6	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
7	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
8	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
9	PT Prasidha Aneka Niaga Tbk	PSDN
10	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
11	PT Sekar Bumi Tbk	SKBM
12	PT Sekar Laut Tbk	SKLT
13	PT Siantar Top Tbk	STTP
14	PT Ultrajaya Milk Industry Co. Tbk	ULTJ
15	PT Prima Cakrawala Abadi Tbk	PCAR
16	PT Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP
17	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI
18	PT Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
19	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD
20	PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	PANI
21	PT Wahana Interfood Nusantara Tbk	COCO
22	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR
23	PT Diamond Food Indonesia Tbk	DMND
24	PT Era Mandiri Cemerlang Tbk	IKAN

Sumber: www.idx.com

Lampiran 2. Data Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food & Beverage 2019-2023

Emiten	Tahun	PBV	LN	DER	ROA
CEKA	2019	4,308	27,963	23,137	15,466
DLTA	2019	24,878	27,986	17,504	22,293
INDF	2019	1,657	32,197	77,480	6,136
MLBI	2019	12,846	28,693	110,224	9,929
MYOR	2019	4,949	30,577	92,071	9,480
ROTI	2019	0,451	29,175	51,374	5,062
ULTJ	2019	18,816	29,519	16,857	15,589
UNVR	2019	21,250	30,659	290,950	35,803
CEKA	2020	3,491	28,080	24,269	11,605
DLTA	2020	16,856	27,834	20,167	10,121
INDF	2020	0,719	32,725	104,650	5,352
MLBI	2020	13,865	28,698	102,833	9,824
MYOR	2020	7,123	30,616	75,465	10,275
ROTI	2020	0,603	29,124	37,918	3,796
ULTJ	2020	4,188	29,801	83,074	12,980
UNVR	2020	17,721	30,654	315,921	34,856
CEKA	2021	3,608	28,160	22,346	10,967
DLTA	2021	10,031	27,900	29,554	14,369
INDF	2021	0,602	32,820	106,092	6,303
MLBI	2021	8,842	28,727	165,842	22,254
MYOR	2021	5,330	30,623	75,331	10,265
ROTI	2021	0,567	29,064	46,063	6,776
ULTJ	2021	7,104	29,633	44,155	16,892
UNVR	2021	10,736	30,579	341,287	30,196
CEKA	2022	7,002	28,172	10,854	12,916
DLTA	2022	10,008	27,899	30,617	17,611
INDF	2022	0,707	32,826	92,723	5,095
MLBI	2022	8,149	28,847	214,412	27,409
MYOR	2022	5,920	30,735	73,562	10,923
ROTI	2022	0,485	29,049	55,912	10,460
ULTJ	2022	9,704	29,629	26,684	12,964
UNVR	2022	12,840	30,539	358,294	29,288
CEKA	2023	4,369	28,269	15,300	8,010
DLTA	2023	6,379	27,820	29,284	16,481
INDF	2023	0,681	32,860	82,738	6,160
MLBI	2023	7,518	28,909	202,323	30,439
MYOR	2023	6,482	30,804	56,199	18,012
ROTI	2023	0,409	29,003	64,745	8,443
ULTJ	2023	19,877	29,649	12,517	15,831
UNVR	2023	9,966	30,444	392,872	28,811

Sumber: www.idx.com

Lampiran 3. Statistik Deskriptif

	Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan	Leverage	Profitabilitas
Mean	7.775996	29.68158	99.83995	14.88611
Median	6.742359	29.34706	69.15363	12.26066
Maximum	24.87801	32.85992	392.8719	35.80319
Minimum	0.408870	27.82003	10.85422	3.796047
Std. Dev.	6.482921	1.507224	104.1472	8.785528
Skewness	0.851941	0.712721	1.588442	0.949589
Kurtosis	2.992603	2.635602	4.382965	2.856447
Jarque-Bera	4.838785	3.607781	20.00865	6.045812
Probability	0.088976	0.164657	0.000045	0.048660
Sum	311.0398	1187.263	3993.598	595.4442
Sum Sq. Dev.	1639.102	88.59728	423018.7	3010.234
Observations	40	40	40	40

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Lampiran 4. Model Regresi Data Panel

a. Common Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.441338	11.35071	-0.391283	0.6979
Ukuran Perusahaan	0.821573	3.380223	0.243053	0.8093
<i>Leverage</i>	-0.396160	0.177788	-2.228275	0.0322
Profitabilitas	1.895292	0.266423	7.113839	0.0000
R-squared	0.653921	Mean dependent var		1.511797
Adjusted R-squared	0.625081	S.D. dependent var		1.259263
S.E. of regression	0.771055	Akaike info criterion		2.412525
Sum squared resid	21.40292	Schwarz criterion		2.581413
Log likelihood	-44.25050	Hannan-Quinn criter.		2.473589
F-statistic	22.67417	Durbin-Watson stat		1.835542
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

b. Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10.19388	11.22246	-0.908346	0.3712
Ukuran Perusahaan	2.372239	3.334059	0.711517	0.4824
<i>Leverage</i>	-0.465437	0.180066	-2.584817	0.0150
Profitabilitas	2.204163	0.286919	7.682193	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.740863	Mean dependent var		1.511797
Adjusted R-squared	0.651506	S.D. dependent var		1.259263
S.E. of regression	0.743386	Akaike info criterion		2.473213
Sum squared resid	16.02605	Schwarz criterion		2.937655
Log likelihood	-38.46426	Hannan-Quinn criter.		2.641141
F-statistic	8.291011	Durbin-Watson stat		2.205559
Prob(F-statistic)	0.000004			

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

c. Random Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.441338	10.94339	-0.405846	0.6873
Ukuran Perusahaan	0.821573	3.258925	0.252099	0.8024
<i>Leverage</i>	-0.396160	0.171408	-2.311212	0.0267
Profitabilitas	1.895292	0.256863	7.378618	0.0000
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.000000	0.0000
Idiosyncratic random			0.743386	1.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.653921	Mean dependent var		1.511797
Adjusted R-squared	0.625081	S.D. dependent var		1.259263
S.E. of regression	0.771055	Sum squared resid		21.40292
F-statistic	22.67417	Durbin-Watson stat		1.835542
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.653921	Mean dependent var		1.511797
Sum squared resid	21.40292	Durbin-Watson stat		1.835542

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

1. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.389961	(7,29)	0.2471
Cross-section Chi-square	11.572467	7	0.1155

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

2. Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	7.820446	3	0.0499

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

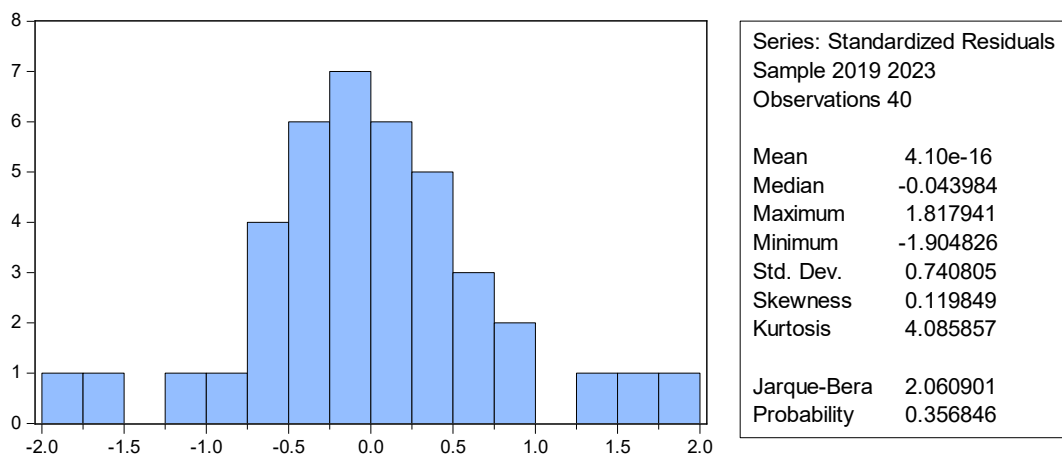
3. Uji Lagrange Multiplier

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
	0.206140 (0.4183)	-1.355494 (0.9124)	-0.812716 (0.7918)
	0.206140 (0.4183)	-1.355494 (0.9124)	-0.957003 (0.8307)
	0.367087 (0.3568)	-1.194642 (0.8839)	-- --
	--	--	0.042494
	--	--	(0.6631)

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

2. Uji Multikolinieritas

Variable	Centered VIF
C	NA
Ukuran Perusahaan	1.668
Leverage	3.678
Profitabilitas	3.314

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

3. Uji Heteroskedastitas

	Value	df	Probability
Likelihood ratio	14.89807	8	0.0612

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025

4. Uji Autokorelasi

R-squared	0.880610	Mean dependent var	2.407128
Adjusted R-squared	0.870661	S.D. dependent var	2.927481
S.E. of regression	0.815468	Akaike info criterion	2.040073
Sum squared resid	23.93956	Schwarz criterion	2.208961
Log likelihood	-36.80146	Hannan-Quinn criter.	2.101138
F-statistic	88.51108	Durbin-Watson stat	2.044866
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah dengan Eviews 10, 2025