

Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia

Khadlan Mu'az^{1*}, Sutanti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Banten, Indonesia

Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeu, Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, 15419, Banten, Indonesia

Email : ^{1*}khadlanmuaz@gmail.com , ²sutanti.amrizal@umj.ac.id

Email Koresponden : khadlanmuaz@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2024. Profitabilitas diproksikan menggunakan Return on Assets (ROA), ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural total aset, sedangkan nilai perusahaan diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling sehingga diperoleh 19 perusahaan sebagai sampel penelitian. Data dianalisis menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 16,26%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini mengindikasikan bahwa kinerja profitabilitas merupakan sinyal utama yang diperhatikan investor dalam menilai perusahaan subsektor makanan dan minuman.

Kata kunci: Profitabilitas; Ukuran Perusahaan; Nilai Perusahaan; Industri Makanan dan Minuman

Abstract—This study aims to analyze the effect of profitability and firm size on firm value in the food and beverage subsector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2020–2024 period. Profitability is proxied by Return on Assets (ROA), firm size is measured by the natural logarithm of total assets, while firm value is proxied by Price to Book Value (PBV). This research employs a quantitative approach using a purposive sampling method, resulting in 19 companies selected as the research sample. The data were analyzed using panel data regression with the assistance of the software EViews 13. The results show that profitability has a positive and significant effect on firm value, while firm size does not have a significant effect. Simultaneously, profitability and firm size have a significant effect on firm value. The coefficient of determination indicates that the research model is able to explain 16.26% of the variation in firm value, while the remaining variation is influenced by other factors outside the model. These findings indicate that profitability performance serves as a primary signal considered by investors in evaluating companies in the food and beverage subsector.

Keywords: Profitability; Firm Size; Firm Value; Food and Beverage Industry

How to Cite : Mu'az, K., & Sutanti. (2026). Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 6(3), 393-405. <https://doi.org/10.47065/jtear.v6i3.2554>

1. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan investor yang baik serta mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan secara efisien. Dalam konteks pasar modal, peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama karena berimplikasi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan pemegang saham. Dalam konteks pengelolaan perusahaan, salah satu aspek fundamental yang sangat diperhatikan adalah bagaimana strategi yang diterapkan mampu meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan secara berkelanjutan, khususnya dalam hal profitabilitas. Profitabilitas sendiri menjadi indikator kunci Sebagai alat ukur untuk menilai sejauh mana efektivitas perusahaan dalam mencapai keuntungan melalui operasi rutinnya. Nilai perusahaan yang meningkat menjadi indikator efektivitas pengelolaan sumber daya oleh pihak manajemen, sekaligus menjadi faktor penentu untuk menarik perhatian investor agar bersedia menanamkan modal diberbagai subsektor.

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja menyeluruh perusahaan, yang tercermin melalui harga sahamnya. Menurut (Ningrum, 2022) Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan juga kerap diartikan sebagai cerminan dari keputusan-keputusan manajerial yang berpengaruh terhadap peningkatan kekayaan para pemegang saham. Oleh karena itu, pihak manajemen akan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan guna menarik minat investor serta menjaga loyalitas pemegang saham yang telah ada. Tingginya nilai perusahaan menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola aset, liabilitas, serta merumuskan strategi bisnis secara efisien dan efektif.

Nilai perusahaan bertujuan utama untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham. Upaya ini tercermin dalam peningkatan harga pasar saham, yang menunjukkan ekspektasi terhadap pertumbuhan laba dan kinerja jangka panjang perusahaan. Umumnya, perusahaan dengan nilai yang tinggi dipersepsikan sebagai entitas yang stabil, memiliki tingkat kepercayaan tinggi dari investor, serta menunjukkan daya saing yang kuat dalam industrinya. Menurut (Naufal & Suwaidi, 2021) Nilai perusahaan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi

perusahaan, hal ini dikarenakan peningkatan harga saham akan mencerminkan kemakmuran para investor atau pemegang saham, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik.

Profitabilitas mengacu pada kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui aktivitas operasionalnya selama periode tertentu. Indikator ini menjadi salah satu tolok ukur utama dalam mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan, karena mencerminkan tingkat efisiensi dalam penggunaan sumber daya serta keberhasilan penerapan strategi manajerial. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi umumnya dipandang memiliki prospek usaha yang menjanjikan, karena mampu memaksimalkan pendapatan relatif terhadap biaya yang dikeluarkan.

Profitabilitas sering dianggap sebagai faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang beragam, di mana sebagian penelitian menemukan pengaruh positif signifikan, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Demikian pula dengan ukuran perusahaan, yang secara teoritis diasumsikan memberikan stabilitas dan daya saing, tetapi secara empiris belum menunjukkan hasil yang seragam.

Menurut (Fitriana, 2024) Rasio profitabilitas merupakan rasio penilaian atau perbandingan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dari pendapatan yang terkait dengan penjualan, aset, dan ekuitas atas dasar pengukuran tertentu. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan maupun kenaikan dan juga penyebab perubahan tersebut.

Skala perusahaan merujuk pada sejauh mana aktivitas operasional suatu entitas bisnis berlangsung. Indikator ini dapat diukur melalui berbagai pendekatan, seperti total aset, pendapatan keseluruhan, jumlah karyawan, atau kapitalisasi pasar. Di bidang penelitian keuangan, total aset dianggap sebagai ukuran yang paling representatif karena mencerminkan kapasitas dan posisi keuangan perusahaan secara utuh. Menurut (Astakhov et al., 2019) Ukuran perusahaan adalah salah satu karakteristik yang pertama kali didokumentasikan secara empiris terkait dengan pengembalian saham yang direalisasikan.

Perusahaan yang memiliki ukuran besar umumnya dianggap lebih stabil dalam menjalankan operasional bisnisnya, serta memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan di tengah tekanan ekonomi. Kondisi ini menjadikan ukuran perusahaan sebagai salah satu determinan utama yang diperhitungkan dalam penilaian terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berfungsi sebagai dasar dalam menilai kemampuan perusahaan dalam berbagai aspek, seperti mengakses pendanaan eksternal, mengelola risiko, dan mengembangkan inovasi. Entitas bisnis yang berukuran besar biasanya ditopang oleh sumber daya yang lebih kuat serta struktur manajemen yang lebih sistematis dibandingkan perusahaan kecil.

Di samping itu, perusahaan dengan ukuran besar cenderung memperoleh persepsi yang lebih baik dari masyarakat dan investor, berkat reputasi dan kredibilitas yang telah terbangun. Hal ini akan memengaruhi persepsi pasar terhadap kelayakan investasi. Selain itu, hal tersebut juga membentuk keyakinan bahwa perusahaan memiliki kemampuan manajemen risiko yang lebih unggul serta ketahanan yang kuat dalam menghadapi dinamika pasar.

Subsektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor strategis di Indonesia yang memiliki permintaan relatif stabil dan ketahanan yang cukup kuat terhadap tekanan ekonomi, termasuk pada periode pandemi dan pascapandemi COVID-19. Meskipun demikian, data empiris menunjukkan bahwa peningkatan kinerja keuangan perusahaan tidak selalu sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dalam rasio pasar. Fenomena ini mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara kinerja internal perusahaan dan persepsi investor.

Periode 2020 hingga 2024 merupakan rentang waktu yang penuh dengan dinamika, tantangan, sekaligus peluang, khususnya bagi sektor makanan di Indonesia. Wabah COVID-19 yang mulai menyebar pada awal tahun 2020 membawa dampak signifikan bagi hampir seluruh sektor ekonomi, tak terkecuali industri makanan. Namun, di tengah tekanan tersebut, sub sektor makanan justru menunjukkan ketahanan dan fleksibilitas yang cukup baik dibandingkan sektor lainnya. Banyak perusahaan makanan yang tetap mampu menjaga kontinuitas proses produksi dan distribusi meskipun dalam kondisi terbatas, bahkan sebagian di antaranya mengalami peningkatan permintaan seiring dengan perubahan kebiasaan konsumsi masyarakat selama pandemi, seperti meningkatnya kebutuhan akan makanan olahan dan produk yang praktis disajikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Paat (2021) menerangkan bahwa ROA berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan ROE berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga perusahaan sebaiknya memperhatikan ROE karena dapat berdampak pada nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhanti & Cipta (2022) *growth opportunity* serta profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, *growth opportunity* berpengaruh positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA), karena mampu menunjukkan sejauh mana perusahaan memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba bersih. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menciptakan keuntungan, yang mencerminkan kinerja keuangan yang baik dan dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Sementara itu, ukuran perusahaan diukur menggunakan *Logaritma Natural* dari total aset Ln (Total Aset) dengan tujuan menstabilkan variasi data serta mengurangi perbedaan skala antarperusahaan. Ukuran perusahaan dianggap berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan dengan total aset yang besar cenderung memiliki kekuatan finansial yang lebih tinggi, akses yang lebih mudah terhadap pendanaan eksternal, serta posisi kompetitif yang lebih kuat di pasar. Adapun nilai perusahaan dalam

penelitian ini diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yang mencerminkan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku per saham. Nilai PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian positif terhadap prospek perusahaan dan menandakan bahwa saham perusahaan tersebut dihargai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Dengan demikian, pemilihan ROA untuk profitabilitas, Ln (total aset) untuk ukuran perusahaan, dan PBV untuk nilai perusahaan diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara kinerja keuangan, skala perusahaan, dan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, khususnya pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

Adanya inkonsistensi temuan empiris tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu dikaji kembali, khususnya dalam konteks subsektor makanan dan minuman dengan periode penelitian terbaru. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Melihat fenomena tersebut, menarik untuk melihat sejauh mana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan khususnya pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Periode tersebut dipilih karena mencakup fase dinamis pascapandemi, di mana banyak perusahaan menghadapi perubahan signifikan dalam kinerja keuangan dan struktur aset. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memperkuat pemahaman mengenai faktor-faktor penentu nilai perusahaan serta menjadi referensi bagi investor, manajemen perusahaan, dan pihak terkait dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sehingga diperoleh 19 perusahaan sebagai sampel penelitian. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia. Variabel profitabilitas diukur dengan ROA, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural total aset, dan nilai perusahaan diukur dengan PBV. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 13. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen laporan tahunan dan laporan tahunan (annual report) perusahaan yang menjadi objek studi, serta informasi harga pasar saham. Seluruh data diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) (www.idx.co.id), dan situs resmi masing-masing perusahaan.

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti menjabarkan teori-teori yang ada, menghasilkan dan menguji hipotesis dalam penelitian baru, dan mengevaluasi ulang teori-teori yang ada secara deduktif berdasarkan hasil eksperimen mereka. Penelitian kuantitatif melibatkan pendekatan deduktif untuk membuktikan atau membantah hipotesis. Dengan pendekatan ini, peneliti mengamati fenomena yang belum jelas atau baru, menyelidiki teori terkini yang mengelilingi fenomena tersebut, dan merumuskan hipotesis sebagai penjelasan atas pengamatan. Setelah itu, peneliti akan memprediksi hasil berdasarkan hipotesis, menyusun rencana untuk menguji prediksi, dan mengumpulkan dan memproses data. Akhirnya, peneliti akan memverifikasi hasil, membuat kesimpulan akhir, dan menyajikan serta menyebarkan temuan mereka. (Barroga et al., 2023)

Penelitian ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan. Menurut (Dharma et al., 2023) Makin tingginya suatu rasio pada PBV, maka makin investor menghargai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal dengan diinvestasikan di dalamnya. Nilai buku (PBV) lebih besar dari 1 berarti dianggap baik bagi investor, sedangkan PBV lebih besar dari 1 berarti dianggap mahal atau overvalued. Dengan rumus PBV sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku saham}} \dots \dots \dots (1)$$

PBV merupakan salah satu indikator yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi apakah saham suatu perusahaan berada dalam kondisi undervalued atau overvalued. Meskipun terdapat alternatif ukuran lain seperti Tobin's Q, Price to Earnings Ratio (PER), dan Market to Book Ratio, PBV dianggap paling tepat untuk menilai kinerja perusahaan di sektor riil, terutama yang memiliki kepemilikan aset tetap yang signifikan, seperti industri makanan dan minuman.

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah ROA, karena rasio ini mencerminkan sejauh mana manajemen mampu mengelola modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan, serta memberikan sinyal langsung terhadap pemegang saham terkait efektivitas pengelolaan aset. Dengan rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots \dots \dots (2)$$

Return on Assets (ROA) merupakan salah satu indikator yang paling umum digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari seluruh aset yang dimilikinya. Meskipun terdapat alternatif ukuran profitabilitas lain seperti *Return on Equity* (ROE) dan Margin Laba Bersih, ROA dianggap paling tepat untuk

menilai kinerja perusahaan di sektor riil, terutama yang memiliki aset tetap signifikan, seperti industri makanan dan minuman.

Perlu dipahami juga bahwa ukuran besar tidak selalu menjamin efisiensi atau profitabilitas tinggi. Perusahaan yang besar tetapi tidak mampu mengelola asetnya secara efisien dapat mengalami penurunan kinerja yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan harus dilihat bersama dengan indikator keuangan lainnya seperti profitabilitas dan struktur modal untuk mendapatkan gambaran yang utuh. Sebagai Langkah awal dalam studi ini, ukuran perusahaan diukur dengan pendekatan logaritmik terhadap total aset, yaitu menggunakan logaritma natural sebagai bentuk standarisasi skala perusahaan:

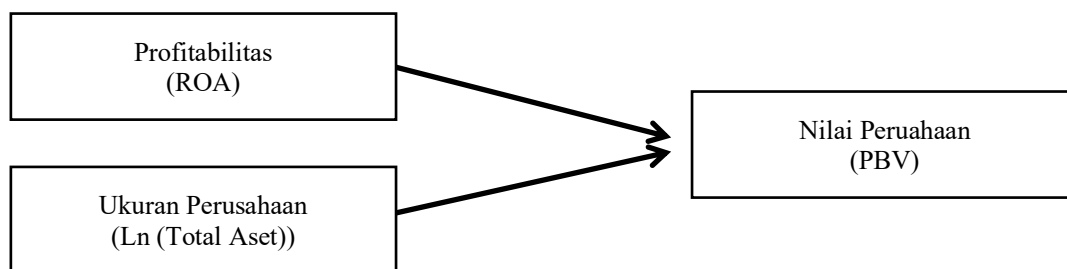
$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aset}) \dots \dots \dots (3)$$

Penerapan logaritma natural bertujuan untuk menormalisasi data dengan skala angka yang besar dan meminimalkan potensi bias akibat nilai ekstrem. Total aset dipilih sebagai dasar pengukuran karena mewakili keseluruhan ekonomi yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional maupun rencana ekspansi. Melalui indikator ini, peneliti dapat mengelompokkan dan melakukan perbandingan antar perusahaan berdasarkan skala aset yang dimiliki.

Evaluasi terhadap kinerja perusahaan tidak semata-mata didasarkan pada besarnya laba yang dihasilkan, melainkan juga pada kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan merupakan indikator krusial yang mencerminkan pandangan investor terhadap prospek jangka panjang dan kestabilan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi sangat penting, terutama dalam sektor strategis seperti industri makanan dan minuman yang dikenal memiliki daya tahan kuat terhadap gejolak ekonomi. Profitabilitas merupakan salah satu determinan utama yang diyakini berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Konsep ini menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba melalui pemanfaatan seluruh sumber daya yang dimilikinya. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan potensi perusahaan dalam memberikan return yang menarik bagi pemegang saham, yang pada gilirannya meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Salah satu indikator yang umum digunakan untuk menilai profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA), yakni rasio yang mengukur tingkat pengembalian laba terhadap modal yang ditanamkan oleh pemegang saham.

Selain profitabilitas, ukuran perusahaan juga dianggap sebagai salah satu faktor yang sangat dapat memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan kekuatan struktur permodalan, cakupan jaringan usaha, dan kapasitas produksi yang dimiliki dalam perusahaan, yang semuanya turut membentuk persepsi investor mengenai kelayakan berinvestasi di dalam perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diproksi menggunakan logaritma natural dari total aset (log total asset).

Didalam penelitian terdapat tiga variabel utama yang saling berhubungan, variabel independen Profitabilitas (ROA) (X1) dan variabel independen Ukuran Perusahaan (Ln Total Aset) (X2), kedua variabel ini diyakini sebagai pendorong utama terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (PBV) (Y) yang dapat dilihat dari Gambar 1 berikut;



Gambar 1. Bagan Kerangka Dasar Penelitian

Dari **Gambar 1** terdapat dua garis panah yang dimana garis panah tersebut menjelaskan ROA adalah indikator inti profitabilitas yang dapat memengaruhi nilai perusahaan: semakin efisien aset menghasilkan laba, semakin besar kemungkinan investor menilai perusahaan lebih tinggi. Hasil empiris pada beberapa sampel menunjukkan pengaruh positif ROA terhadap nilai perusahaan, dengan penekanan pada pentingnya kestabilan laba untuk mempengaruhi persepsi pasar. (Simanullang et al., 2021) ROA menggambarkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk memperoleh laba. Peningkatan ROA menandakan kinerja keuangan yang baik dan berpotensi menaikkan nilai perusahaan di mata investor. Sedangkan Ukuran perusahaan merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya, memiliki reputasi yang lebih kuat, dan dianggap lebih stabil oleh investor. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor dan, pada gilirannya, meningkatkan nilai perusahaan. Namun, pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti profitabilitas, struktur modal, dan kebijakan dividen. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam menganalisis hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, (Christiaan, 2022).

Penelitian ini menggunakan objek penelitian berupa perusahaan yang tergolong dalam subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Subsektor ini dipilih karena memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional serta menunjukkan tingkat perkembangan yang relatif stabil. Penentuan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dari total 102 perusahaan yang terdaftar dalam subsektor tersebut, sebanyak 19 perusahaan ditetapkan sebagai sampel penelitian karena telah memenuhi seluruh kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Hasil analisis laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024 menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) mengalami fluktuasi yang dapat dilihat pada Tabel 1:

Tabel 1. ROA Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Periode 2020 - 2024

Kode Saham	Return on Assets (ROA)					Rata Rata
	2020	2021	2022	2023	2024	
ADES	0,14	0,20	0,22	0,19	0,20	0,19
AISA	0,60	0,004	-0,03	0,01	0,04	0,12
BUDI	0,02	0,03	0,03	0,03	0,02	0,03
CAMP	0,04	0,09	0,11	0,12	0,09	0,09
CEKA	0,12	0,11	0,13	0,08	0,14	0,11
CLEO	0,10	0,13	0,12	0,14	0,18	0,13
COCO	0,01	0,02	0,01	-0,10	-0,12	-0,03
ENZO	0,004	0,03	0,01	-0,01	0,02	0,01
FOOD	-0,14	-0,14	-0,22	-0,40	-0,49	-0,28
HOKI	0,04	0,01	0,0001	0,003	-0,01	0,01
ICBP	0,07	0,07	0,05	0,07	0,07	0,07
IKAN	-0,01	0,01	0,02	0,01	0,003	0,01
INDF	0,05	0,06	0,05	0,06	0,06	0,06
KEJU	0,18	0,19	0,14	0,10	0,15	0,15
MYOR	0,11	0,06	0,05	0,14	0,10	0,09
ROTI	0,04	0,07	0,10	0,08	0,10	0,08
SKBM	0,003	0,02	0,04	0,001	-0,05	0,003
SKLT	0,05	0,10	0,07	0,06	0,08	0,07
STTP	0,18	0,16	0,14	0,17	0,19	0,17
TBLA	0,04	0,04	0,03	0,02	0,03	0,03

Sumber : Laporan Keuangan Masing-masing Perusahaan (Data Diolah)

Berdasarkan **Tabel 1** perusahaan yang mencatat nilai rata-rata *Return on Assets* (ROA) tertinggi selama periode penelitian adalah ADES dengan nilai sebesar 0,19. Hal ini mengindikasikan bahwa ADES memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memanfaatkan total aset untuk menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan lain dalam subsektor makanan dan minuman. Sebaliknya, perusahaan dengan nilai rata-rata ROA terendah adalah FOOD dengan rata-rata sebesar -0,28. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja profitabilitas yang kurang optimal, di mana aset yang dimiliki belum mampu menghasilkan laba secara efektif dan bahkan mencerminkan adanya kerugian selama periode pengamatan.

Hasil analisis laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur menggunakan $\ln(\text{total aset})$ bervariasi antarperusahaan. Perbedaan nilai $\ln(\text{total aset})$ mencerminkan perbedaan skala usaha, di mana perusahaan dengan nilai yang lebih besar memiliki kapasitas operasional dan pengelolaan sumber daya yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. *firm size* Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Periode 2020 - 2024

Kode Saham	Firm Size					Rata Rata
	2020	2021	2022	2023	2024	
ADES	27,59	27,90	28,13	28,37	28,62	28,12
AISA	28,33	28,20	28,23	28,25	28,31	28,26
BUDI	28,72	28,73	28,79	28,83	28,97	28,81
CAMP	27,71	27,77	27,70	27,72	27,71	27,72
CEKA	28,08	28,16	28,17	28,27	28,50	28,24
CLEO	27,90	27,93	28,16	28,46	28,61	28,21
COCO	26,30	26,64	26,91	26,99	26,81	26,73
ENZO	26,35	26,41	26,47	26,60	26,71	26,51
FOOD	25,39	25,39	25,35	24,65	24,60	25,08
HOKI	27,53	27,62	27,42	27,68	27,75	27,60
ICBP	32,27	32,40	32,38	32,41	32,47	32,39
IKAN	25,61	25,58	25,56	25,67	25,65	25,62
INDF	32,73	32,82	32,83	32,86	32,94	32,83

Kode Saham	Firm Size					Rata Rata
	2020	2021	2022	2023	2024	
KEJU	27,24	27,37	27,48	27,44	27,60	27,43
MYOR	30,62	30,62	30,73	30,80	31,02	30,76
ROTI	29,12	29,06	29,05	29,00	28,95	29,04
SKBM	28,20	28,31	28,35	28,24	28,24	28,27
SKLT	27,37	27,51	27,66	27,88	28,05	27,70
STTP	28,87	29,00	29,16	29,33	29,54	29,18
TBLA	30,60	30,68	30,80	30,88	30,95	30,78

Sumber : Laporan Keuangan Masing-masing Perusahaan (Data Diolah)

Berdasarkan **Tabel 2**, perusahaan yang memiliki nilai rata-rata *firm size* tertinggi selama periode penelitian adalah INDF dengan nilai sebesar 32,83. Temuan ini menunjukkan bahwa INDF merupakan perusahaan dengan skala usaha terbesar dibandingkan perusahaan lain dalam subsektor makanan dan minuman, yang tercermin dari besarnya total aset yang dimiliki. Sebaliknya, perusahaan dengan nilai rata-rata *firm size* terendah adalah FOOD dengan nilai sebesar 25,08. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa FOOD memiliki skala perusahaan yang relatif lebih kecil, sehingga kapasitas operasional serta kemampuan dalam mengelola sumber daya perusahaan cenderung lebih terbatas dibandingkan perusahaan dengan ukuran yang lebih besar.

Hasil analisis laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024 menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang diukur menggunakan Price to Book Value (PBV) mengalami perbedaan antarperusahaan dan fluktuasi dari tahun ke tahun. PBV digunakan untuk menggambarkan sejauh mana pasar menilai perusahaan dibandingkan dengan nilai buku yang dimilikinya. Perusahaan dengan nilai PBV yang lebih tinggi mencerminkan tingkat kepercayaan investor yang lebih baik terhadap prospek dan kinerja perusahaan, sedangkan nilai PBV yang lebih rendah mengindikasikan penilaian pasar yang relatif rendah terhadap perusahaan selama periode penelitian dengan data sebagai berikut:

Tabel 3. PBV Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Periode 2020 - 2024

Kode Saham	Price To Book Value(PBV)					Rata Rata
	2020	2021	2022	2023	2024	
ADES	1,23	2,00	3,48	3,30	2,38	2,48
AISA	2,25	1,12	1,70	1,38	0,93	1,48
BUDI	0,34	0,58	0,72	0,79	0,63	0,61
CAMP	1,85	1,37	1,81	2,48	1,61	1,82
CEKA	0,84	0,81	0,76	0,67	0,52	0,72
CLEO	6,71	5,63	5,62	5,63	9,79	6,68
COCO	3,50	1,17	1,17	1,03	0,74	1,52
ENZO	0,73	0,69	0,89	0,69	0,45	0,69
FOOD	1,55	1,98	1,73	3,12	-35,18	-5,36
HOKI	3,67	3,36	1,49	2,53	2,36	2,68
ICBP	2,22	1,85	2,03	1,99	1,84	1,99
IKAN	1,77	1,12	0,68	0,57	0,27	0,88
INDF	0,76	0,64	0,63	0,56	0,62	0,64
KEJU	4,61	3,03	3,05	3,20	1,64	3,11
MYOR	4,07	5,33	4,36	3,66	3,26	4,13
ROTI	2,61	2,95	3,05	2,97	2,60	2,84
SKBM	0,58	0,63	0,61	0,51	0,79	0,62
SKLT	2,66	3,09	0,33	2,38	1,50	1,99
STTP	4,66	3,00	2,55	2,53	2,90	3,13
TBLA	0,85	0,65	0,54	0,51	0,44	0,60

Sumber : Laporan Keuangan Masing-masing Perusahaan (Data Diolah)

Berdasarkan **Tabel 3**, perusahaan yang mencatat nilai rata-rata *Price to Book Value* (PBV) tertinggi selama periode penelitian adalah CLEO dengan nilai sebesar 6,68. Hal ini menunjukkan bahwa CLEO memperoleh penilaian pasar yang sangat baik, di mana harga saham perusahaan berada jauh di atas nilai bukunya, sehingga mencerminkan tingginya tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja serta prospek perusahaan. Sebaliknya, perusahaan dengan nilai rata-rata PBV terendah adalah FOOD dengan nilai sebesar –5,36. Kondisi tersebut mengindikasikan rendahnya penilaian pasar terhadap perusahaan, yang kemungkinan disebabkan oleh kinerja keuangan yang kurang optimal atau adanya tekanan terhadap nilai ekuitas selama periode pengamatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV).

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula penilaian pasar terhadap perusahaan tersebut.

Secara teori, hasil ini sejalan dengan teori sinyal (signaling theory), yang menyatakan bahwa informasi kinerja keuangan yang baik merupakan sinyal positif bagi investor. ROA yang tinggi mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola aset perusahaan, sehingga memberikan sinyal bahwa perusahaan berada dalam kondisi sehat dan memiliki prospek yang baik di masa depan. Investor cenderung merespons sinyal tersebut dengan meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan, yang pada akhirnya mendorong kenaikan harga saham dan nilai perusahaan.

Sebagai analogi teoritis, profitabilitas dapat dianalogikan seperti “kesehatan tubuh” pada manusia. Meskipun seseorang memiliki tubuh yang besar, tanpa kondisi kesehatan yang baik, ia tidak mampu beraktivitas secara optimal. Demikian pula perusahaan, aset yang besar tidak akan berarti jika tidak mampu menghasilkan laba. ROA menunjukkan seberapa “sehat” aset perusahaan dalam menciptakan keuntungan, dan kesehatan inilah yang menjadi perhatian utama investor.

Secara praktis, dalam konteks subsektor makanan dan minuman, profitabilitas memiliki peran yang sangat krusial. Industri ini bersifat asset intensive, karena membutuhkan investasi besar pada mesin produksi, fasilitas pabrik, gudang penyimpanan, dan jaringan distribusi. Perusahaan yang mampu mengoptimalkan aset tersebut untuk menghasilkan laba menunjukkan bahwa manajemen mampu mengelola biaya produksi, efisiensi bahan baku, serta strategi penetapan harga secara efektif. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi investor karena mencerminkan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang ketat.

Selain itu, subsektor makanan dan minuman memiliki karakteristik permintaan yang relatif stabil, bahkan pada masa krisis seperti pandemi COVID-19. Oleh karena itu, perusahaan yang berhasil mencatatkan ROA tinggi menunjukkan keunggulan kompetitif dalam mengelola operasional di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat. Kondisi ini meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek jangka panjang perusahaan, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Ramadhanti & Cipta, 2022), (Palayukan et al., 2024), dan (Paat, 2021) yang mengatakan variabel Profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV). Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Ardianto, 2023) yang mengatakan variabel Profitabilitas (ROA) tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV).

Hasil pengujian mengukur Pengaruh Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diprosisikan dengan logaritma natural total aset (Ln Total Aset) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa besarnya aset yang dimiliki perusahaan belum tentu menjadi jaminan meningkatnya nilai perusahaan di mata investor.

Tabel 4. Deskriptif Variabel Penelitian

	X1	X2	Y
Mean	0.055623	28.46319	1.662425
Median	0.054655	28.19925	1.671036
Maximum	0.599025	32.93787	9.793881
Minimum	-0.488784	24.60427	-35.18188
Std. dev	0.117715	1.964684	4.059026
Skewness	-0.686478	0.603049	-7.437778
Kurtosis	12.33370	3.068587	69.50516
Jarque-bera	370.8453	6.080730	19350.91
Probability	0.000000	0.047817	0.000000
Sum	5.562294	2846.319	166.2425
Sum sq. dev.	1.371827	382.1385	1631.093
Observation	100	100	100

Sumber : Hasil output Eviews 13 (diolah penulis)

Berdasarkan **Tabel 4**, hasil statistik deskriptif menunjukkan karakteristik data dari masing-masing variabel penelitian. Variabel Return on Assets (ROA) sebagai proksi profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -0.488784 dan nilai maksimum sebesar 0.599025. Nilai rata-rata ROA tercatat sebesar 0.055623, yang menunjukkan bahwa secara umum perusahaan subsektor makanan dan minuman mampu menghasilkan laba positif meskipun dengan

tingkat yang relatif rendah. Sementara itu, nilai standar deviasi sebesar 0.117715 menunjukkan adanya variasi profitabilitas antarperusahaan selama periode pengamatan, namun masih berada dalam tingkat penyebaran yang relatif moderat.

Selanjutnya, variabel Ukuran Perusahaan yang diukur menggunakan logaritma natural total aset menunjukkan nilai minimum sebesar 24.60427 dan nilai maksimum sebesar 32.93787. Nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 28.46319 mengindikasikan bahwa mayoritas perusahaan sampel berada pada kategori perusahaan menengah hingga besar. Nilai standar deviasi sebesar 1.964684 menunjukkan adanya perbedaan skala aset yang cukup signifikan antarperusahaan, mencerminkan heterogenitas ukuran perusahaan dalam subsektor makanan dan minuman yang diteliti.

Adapun variabel Price to Book Value (PBV) sebagai indikator nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar -35.18188 dan nilai maksimum sebesar 9.793881. Nilai rata-rata PBV sebesar 1.662425 menunjukkan bahwa secara umum perusahaan dinilai positif oleh pasar, di mana harga saham berada di atas nilai bukunya. Namun demikian, nilai standar deviasi yang relatif tinggi sebesar 4.059026 mengindikasikan adanya fluktuasi nilai perusahaan yang cukup besar selama periode penelitian, yang mencerminkan perbedaan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek masing-masing perusahaan.

Tabel 5. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	17.911925	(18,74)	0.0000
Cross-section Chi-square	159.447588	18	0.0000

Berdasarkan hasil Uji Chow yang disajikan pada **Tabel 5**, diperoleh nilai cross section F sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model dengan pendekatan fixed effect lebih tepat digunakan dibandingkan dengan common effect model. Signifikansi nilai cross section F mengindikasikan adanya perbedaan karakteristik yang signifikan antar masing-masing perusahaan dalam sampel penelitian, sehingga pengaruh individual perusahaan perlu diperhitungkan dalam model estimasi. Dengan demikian, fixed effect model dipilih sebagai model terbaik karena mampu menangkap heterogenitas antar perusahaan subsektor makanan dan minuman selama periode penelitian, sehingga hasil estimasi yang diperoleh menjadi lebih akurat dan representatif.

Tabel 6. Hasil Uji Houseman

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	4.497335	2	0.1055

Berdasarkan hasil uji Hausman yang disajikan pada **Tabel 6**, diperoleh nilai Cross-Section Random sebesar 0,1055 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara estimasi model fixed effect dan random effect, sehingga asumsi random effect dapat diterima. Dengan demikian, model random effect dinilai lebih tepat digunakan dalam penelitian ini karena mampu memberikan estimasi yang efisien dengan mempertimbangkan variasi data antar perusahaan sebagai bagian dari komponen acak dalam model.

Tabel 7. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided

all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	95.54210	1.996561	97.53866
	(0.0000)	(0.1577)	(0.0000)
Honda	9.774564	-1.412997	5.912520
	(0.0000)	(0.9212)	(0.0000)
King-Wu	9.774564	-1.412997	2.889784
	(0.0000)	(0.9212)	(0.0019)
Standardized Honda	10.60559	-1.229904	3.138057
	(0.0000)	(0.8906)	(0.0009)
Standardized King-Wu	10.60559	-1.229904	0.412806
	(0.0000)	(0.8906)	(0.3399)
Gourieroux, et al.	--	--	95.54210
			(0.0000)

Berdasarkan hasil uji Lagrange Multiplier (Breusch–Pagan) yang disajikan pada **Tabel 7**, diperoleh nilai Breusch–Pagan sebesar 0,000 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model random effect lebih tepat digunakan dibandingkan dengan common effect model. Dengan demikian, model random effect dipilih sebagai model terbaik karena mampu menangkap variasi data panel yang berasal dari perbedaan karakteristik antar perusahaan dalam sampel penelitian secara lebih efisien.

Setelah dilakukan pengujian terhadap Uji Chow, Uji Hausman dan Uji Lagrange Multiplier, berdasarkan perhitungan dapat disimpulkan maka model yang terbaik yang Terpilih dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model*. Beberapa uji yang telah dilakukan Random Effect Model merupakan model estimasi yang dipilih dalam penelitian ini. (Gujarati & Porter, 2012) menyatakan metode Generalized Least Square (GLS) dilakukan hanya untuk persamaan yang dapat memenuhi asumsi klasik. Pada aplikasi EvIEWS 13, penggunaan metode GLS dalam model estimasinya hanya Random Effect, dan penggunaan Ordinary Least Square (OLS) dalam model estimasinya yaitu model Fixed Effect dan Common Effect. Jika metode estimasi terbaik yang terpilih untuk persamaan regresi adalah Random Effect, maka tidak diperlukan pengujian asumsi klasik. Sebaliknya, apabila metode estimasi terbaik yang terpilih adalah Common maka uji asumsi klasik perlu dilakukan.

Tabel 8. Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.631247	4.703918	0.771962	0.4421
ROA	3.137592	1.233461	2.543730	0.0126
FIRM SIZE	-0.063840	0.163995	-0.389279	0.6980

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh pada **Tabel 8**, nilai konstanta (α) sebesar 0,556124 menunjukkan bahwa apabila variabel profitabilitas yang diprosikan dengan Return on Assets (ROA) dan ukuran perusahaan bernilai nol, maka nilai perusahaan diperkirakan sebesar 0,556124. Nilai konstanta ini mencerminkan besarnya nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Koefisien regresi profitabilitas (β_1) sebesar 18,43677 dan bernilai positif menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan searah dengan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan Return on Assets (ROA) akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 18,43677 poin, dengan asumsi variabel lain bersifat konstan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin dalam penilaian pasar, sehingga profitabilitas menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan investor.

Selanjutnya, koefisien regresi ukuran perusahaan (β_2) sebesar 0,002839 yang juga bernilai positif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan searah dengan nilai perusahaan. Artinya, setiap peningkatan satu satuan ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aset akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,002839 poin, dengan asumsi variabel lain tetap. Meskipun arah pengaruhnya positif, besarnya koefisien tersebut relatif kecil, yang mengindikasikan bahwa kontribusi ukuran perusahaan terhadap peningkatan nilai perusahaan cenderung lebih lemah dibandingkan dengan profitabilitas.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Statistik F

R-squared	0.162565
Adjusted R-squared	0.144360
S.E. of regression	1.533523
Sum squared resid	216.3557
Log likelihood	-173.8939
F-statistic	8.929664
Prob(F-statistic)	0.000286

Sumber: Hasil output Eviews 13 (data diolah penulis)

Berdasarkan **Tabel 9**, hasil pengolahan data menggunakan perangkat lunak EViews 13, diperoleh nilai *R-Squared* sebesar 0.162565 atau setara dengan 16,26%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu Profitabilitas (ROA) dan Ukuran Perusahaan, mampu menjelaskan variasi variabel dependen, yaitu Nilai Perusahaan, sebesar 16,26%. Sementara itu, sisanya sebesar 83,74% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti Likuiditas, Struktur Modal, *Leverage*, *Debt to Equity Ratio* (DER), *Debt to Asset Ratio* (DAR), Kebijakan Dividen, *Intellectual Capital*, Pertumbuhan Penjualan, serta faktor-faktor lainnya di luar cakupan penelitian. Dan diperoleh nilai signifikansi F-statistik sebesar 0,00286 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk digunakan.

Tabel 10. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.631247	4.703918	0.771962	0.4421
ROA	3.137592	1.233461	2.543730	0.0126
FIRM SIZE	-0.063840	0.163995	-0.389279	0.6980

Sumber: Hasil output Eviews 13 (data diolah penulis)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji t sebagaimana disajikan pada **Tabel 10**, diperoleh hasil bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung sebesar 4,225174 yang lebih besar dibandingkan dengan nilai ttabel sebesar 1,985802, serta nilai signifikansi sebesar 0,0001 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang mengindikasikan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi sinyal positif bagi investor dalam menilai perusahaan. Sebaliknya, variabel ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung sebesar -0,372263 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai ttabel sebesar 1,985802, serta nilai signifikansi sebesar 0,7106 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_2) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman. Temuan ini mengindikasikan bahwa besarnya aset perusahaan belum tentu menjadi pertimbangan utama investor apabila tidak diiringi dengan kinerja profitabilitas yang optimal.

Secara keseluruhan, hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa hanya variabel profitabilitas (ROA) yang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV), sementara variabel ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini menegaskan bahwa investor cenderung lebih memprioritaskan kinerja keuangan perusahaan dibandingkan dengan skala aset dalam menilai nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman. Dan hasil ini dapat dijelaskan melalui konsep

efisiensi aset dan teori sinyal. Ukuran perusahaan memang sering diasosiasikan dengan stabilitas dan kekuatan finansial, namun sinyal yang ditangkap investor bukan semata-mata besarnya aset, melainkan bagaimana aset tersebut dikelola. Jika perusahaan besar tidak mampu mengoptimalkan asetnya untuk menghasilkan laba, maka ukuran tersebut tidak memberikan sinyal positif bagi pasar.

Sebagai analogi teoritis, ukuran perusahaan dapat diibaratkan seperti “kendaraan besar”. Kendaraan dengan ukuran besar tidak selalu lebih cepat atau lebih efisien dibandingkan kendaraan kecil. Tanpa mesin yang efisien dan pengemudi yang kompeten, kendaraan besar justru bisa menjadi beban. Dalam konteks perusahaan, aset yang besar tanpa pengelolaan yang efektif justru dapat meningkatkan biaya operasional dan menurunkan kinerja keuangan.

Secara praktis, pada subsektor makanan dan minuman, perusahaan besar umumnya memiliki aset yang tersebar pada berbagai lini produksi, distribusi, dan merek. Namun, ekspansi aset yang terlalu agresif tidak selalu diikuti dengan peningkatan laba. Biaya pemeliharaan pabrik, depresiasi aset, serta biaya logistik yang tinggi dapat menekan profitabilitas jika tidak dikelola dengan baik. Kondisi ini menyebabkan investor tidak secara otomatis memberikan penilaian lebih tinggi hanya karena perusahaan memiliki aset yang besar.

Selain itu, pada periode 2020–2024, beberapa perusahaan makanan dan minuman melakukan ekspansi aset sebagai respons terhadap pemulihan ekonomi pascapandemi. Namun, pasar cenderung bersikap lebih selektif dan menilai kinerja perusahaan berdasarkan hasil nyata berupa laba, bukan hanya potensi yang tercermin dari ukuran aset. Hal ini menjelaskan mengapa ukuran perusahaan dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Nugroho et al., 2022) yang mengatakan variabel Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV). Namun penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Astuti et al., 2023), (Dewi & Ekadjaja, 2020), dan (Fajar et al., 2023) yang mengatakan variabel Profitabilitas memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV).

Untuk memahami pandangan Islam terhadap variabel yang diteliti, yaitu Nilai Perusahaan, Profitabilitas (ROA), dan Ukuran Perusahaan, penelitian ini menggunakan metode refleksi tauhid. Metode ini didasarkan pada sumber utama pedoman hidup umat Islam, yaitu Al-Qur’an.

Nilai perusahaan yang baik dalam Islam ditunjukkan melalui pengelolaan usaha yang transparan, tidak mengandung unsur riba, gharar, dan maisir, serta tidak merugikan pihak lain. Perusahaan yang dijalankan secara profesional dan bertanggung jawab akan memperoleh kepercayaan dari masyarakat dan investor, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Hal ini sejalan dengan prinsip Islam yang menekankan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam setiap transaksi. Nilai perusahaan menurut pandangan Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang mampu menyeimbangkan aspek material dan spiritual akan memiliki nilai yang lebih tinggi dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Sedangkan profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya secara optimal untuk menghasilkan keuntungan yang halal dan bermanfaat. Return on Assets (ROA) sebagai indikator profitabilitas menunjukkan tingkat efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki untuk memperoleh laba. Dalam Islam, aset dipandang sebagai amanah dari Allah SWT yang harus dikelola secara produktif, efisien, dan sesuai dengan prinsip syariah. Semakin efektif perusahaan dalam mengelola asetnya, maka semakin besar pula keuntungan yang dihasilkan, yang pada akhirnya mencerminkan tingkat profitabilitas perusahaan yang baik.

Jika dilihat dari sisi Ukuran Perusahaan, tidak hanya dipahami sebagai besarnya total aset atau skala usaha, tetapi juga sebagai bentuk amanah dan tanggung jawab yang harus dikelola secara profesional dan adil. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula tanggung jawab moral dan sosial yang melekat pada pengelolanya, baik terhadap pemangku kepentingan maupun masyarakat luas. Oleh karena itu, Islam menekankan bahwa pertumbuhan dan skala usaha harus diiringi dengan pengelolaan yang jujur, transparan, serta sesuai dengan prinsip syariah. Ukuran perusahaan menurut pandangan Islam tidak hanya dinilai dari besarnya total aset, tetapi juga dari sejauh mana perusahaan mampu mengelola sumber daya tersebut secara amanah, adil, dan memberikan kemaslahatan bagi banyak pihak.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi faktor utama yang diperhatikan investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Sebaliknya, ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan logaritma natural total aset tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa besarnya aset belum tentu mencerminkan peningkatan nilai perusahaan apabila tidak diiringi dengan efektivitas pengelolaan aset dan kinerja keuangan yang optimal. Implikasi dari penelitian ini secara praktis menunjukkan bahwa manajemen perusahaan subsektor makanan dan minuman perlu lebih memfokuskan strategi bisnisnya pada peningkatan profitabilitas guna meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Dari sisi investor, hasil penelitian ini

dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dengan lebih menekankan pada indikator profitabilitas dibandingkan ukuran perusahaan. Secara teoretis, penelitian ini mendukung teori sinyal yang menyatakan bahwa informasi kinerja keuangan, khususnya profitabilitas, menjadi sinyal penting bagi investor dalam menilai nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti struktur modal, kebijakan dividen, atau risiko perusahaan agar mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan secara lebih komprehensif.

REFERENCES

- Andrade, C. (2021). *A Student ' S Guide To The Classification And Operationalization Of Variables In The Conceptualization And Design Of A Clinical*. 43(2), 177–179. <https://doi.org/10.1177/0253717621994334>
- Ardianto, C. N. (2023). Nilai Perusahaan: Pengaruh profitabilitas dan Good corporate governance. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, Vol. 7 No.
- Astakhov, A., Havranek, T., & Novak, J. (2019). Firm Size And Stock Returns: A Quantitative Survey. *Journal Of Economic Surveys*, 33(5), 1463–1492. <https://doi.org/10.1111/joes.12335>
- Astuti, C., Hermuningsih, S., & Kusumawardhani, R. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *J-MAS : Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1).
- Audrey, C. (2023). *Pengaruh Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Pertumbuhan Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021) The Influence Of Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Firm Size And Leverage On Profit Growth (Empirical Study On Food And Beverage Company Listed On The Indonesia Stock Exchange 2018-2021)*. 1, 1–12.
- Barroga, E., Matanguihan, G. J., Furuta, A., Arima, M., Tsuchiya, S., Kawahara, C., Takamiya, Y., & Izumi, M. (2023). Conducting And Writing Quantitative And Qualitative Research. *Journal Of Korean Medical Science*, 38(37), 1–16. <https://doi.org/10.3346/jkms.2023.38.E291>
- Caesarany, N., Karwur, G. V., & Rosalina, D. (2019). Diffusion Innovations Of The Ministry Of Social Affairs Of The Republic Of Indonesia In Disseminating Innovation Of The E-Warong Program. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 254–266. <https://doi.org/10.21009/Communicology.012.010>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Ranjbar, H., & Khosravi, S. (2015). The Effect Of Using Likert Scale On The Validity Of Research Results. *International Journal Of Humanities And Cultural Studies. Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12.
- 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>
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akutansi*, Vol.2, No.
- Dharma, B., Atila, C. W., & Nasution, A. D. (2023). Mengapa PBV (Price Book Value) Penting Dalam Penilaian Saham (Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2021). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 80–89.
- Fajar, C. M., Consa, A. S., & Mulyanti, D. (2023). Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Financial*. <https://api.semanticscholar.org/Corpusid:272260087>
- Fauzy, A., D. (2022). Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian. *Rake Sarasin*, May, 36. https://www.researchgate.net/publication/380362452_Metodologi_Penelitian
- Fitriana, A. (2024). Analisis Laporan Keuangan. In *CV. Malik Rizki Amanah* (Nomor July).
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika: Basic Econometrics* (Buku 2). Salemba Empat.
- Januardi, L., Dwiwahyuni, P., Halim, S., Afa, S., Dharma, U. B., & Perusahaan, N. (2019). *Analisa Komparasi Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan Eceran Dan Industri Barang Konsumsi LQ45*. 2, 1–10.
- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). *Hipotesis Penelitian Dalam Kesehatan*. 6(2), 142–146.
- Kieliszek, A. (2021). Junior Management Science A Signaling Theory Perspective On Building Supportive Responses To Organizational Change: An Experimental Study. *Junior Management Science*, 6(4), 700–744. <https://doi.org/10.5282/Jums/V6i4pp700-744>
- Lestari, W., Herindri, B., Utami, S., Usman, M., & Handayani, V. A. (N.D.). *Integra : Journal Of Integrated Mathematics And Computer Science Robust Panel Data Regression Analysis Using The Least Trimmed Squares (LTS) Estimator On Poverty Line Data In Lampung Province*. 1(2), 35–42.
- Liu, Z., Du, Y., & Pennings, E. (2024). Open Knowledge Disclosure And Firm Value: A Signalling Theory Perspective. *Industry And Innovation*, 31(4), 475–500. <https://doi.org/10.1080/13662716.2024.2320765>
- Naufal, D. R., & Suwaidi, R. A. (2021). Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 1–13.
- Ningrum, E. P. (2022). Nilai Perusahaan (Konsep Dan Aplikasi). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Nomor 1). <https://medium.com/@Arifwicaksanaa/Pengertian-Use-Case-A7e576e1b6bf>
- Nugroho, A., Indriyati, L., & Widodo, U. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Jurnal Ilmiah : Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 01 No.
- Ohme, J., Araujo, T., Boeschoten, L., Freelon, D., Ram, N., Reeves, B. B., & Robinson, T. N. (2024). Digital Trace Data Collection For Social Media Effects Research: Apis, Data Donation, And (Screen) Tracking. *Communication Methods And Measures*, 18(2), 124–141. <https://doi.org/10.1080/19312458.2023.2181319>
- Paat, S. K. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Sub Sektor Makanan Dan Minuman Pada Bursa Efek Indonesia 2016-2018. *Productivity*, Vol. 2 No.

- Palayukan, S., Rijal, A., & Hasyim, S. H. (2024). *Pada Sektor Makanan Dan Minuman*. 14(April), 293–300.
- Ramadhanti, S., & Cipta, W. (2022). *Pengaruh Growth Opportunity Dan Profitabilitas Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar*. 11(02), 203–212.
- Setyowati, Y. I., & Widyasdtuti, I. (2024). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking, Internet Banking Dan ATM Terhadap Kinerja Keuangan perbankan Tahun 2018-2022. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 115–130.
- Simanullang, C. D., Edward, Y. R., Ginting, R. R., & Simorangkir, E. N. (2021). The Effect Of Return On Assets (ROA) And Return On Equity (ROE) On Company Value With Capital Structure As Moderating Variables In Banking Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange. *International Journal Of Business, Economics And Law*, 24(6), 129–134. [Www.Idx.Co.Id](http://www.idx.co.id)
- Steigenberger, N. (2025). Deceptive Signalling: Causes, Consequences And Remedies. *International Journal Of Management Reviews*, 27(2), 283–305. <https://doi.org/10.1111/Ijmr.12392>
- Tatara, B. A., Suhirwan, S., & Afifuddin, M. (2023). The Active Defense Strategy Of The National Narcotics Board Of The Republic Of Indonesia In Facing Asymmetric Warfare. *International Journal Of Advances In Social And Economics*, 4(3), 84–89. <https://doi.org/10.33122/Ijase.V4i3.226>
- Willie, M. M. (2024). Population And Target Population In Research Methodology. *Golden Ratio Of Social Science And Education*, 4(1 SE-Articles), 75–79. <https://doi.org/10.52970/Grsse.V4i1.405>