

Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023

Rizky Faisal Saputra¹, Iskandar Zulkarnain²

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

²Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Abstrak

Di Indonesia perusahaan makanan dan minuman berkembang dengan pesat berdasarkan jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode ke periode terus bertambah, industri makanan dan minuman menjadi industri yang memiliki prospek yang sangat baik kedepannya karena makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok manusia diiringi dengan jumlah populasi Indonesia yang terus meningkat. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). *Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang meliputi uji t, uji F, dan uji R²*. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara simultan profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas; Ukuran Perusahaan; Nilai Perusahaan

Abstract

In Indonesia, food and beverage companies are developing rapidly based on the number of companies listed on the Indonesia Stock Exchange, which continues to increase from period to period. The food and beverage industry has become an industry with very good prospects for the future because food and beverage are basic human needs, accompanied by Indonesia's continuously increasing population. This research was conducted with the aim of knowing and analyzing the influence of profitability and company size on the company value of the food and beverage subsector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019-2023 period. The sampling technique used was purposive sampling. The research used secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange (IDX). Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis which included t-test, F-test, and R² test. The results of this research partially show that profitability has a significant influence on company value and company size has no influence on company value, while simultaneously profitability and company size have an influence on company value.

Keywords: Profitability; Company Size; Company Value.

Copyright (c) 2025 **Rizky Faisal Saputra**

✉ Corresponding author :

PENDAHULUAN

Indonesia termasuk salah satu negara yang berkembang di dunia. Karena pertumbuhannya di banyak bidang, termasuk ekonomi. Para pengusaha tertarik untuk mendirikan perusahaan mereka di Indonesia karena pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cepat. Di Indonesia perusahaan makanan dan minuman berkembang dengan pesat dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode ke periode semakin banyak. Tujuan perusahaan untuk terdaftar di BEI adalah untuk menarik investor sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan tambahan dana bagi modal yang dimiliki.

Nilai perusahaan merupakan persepsi calon investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Harga saham perusahaan meningkat setelah nilainya meningkat. Rasio penilaian atau rasio pasar dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, menurut Silvia Indrarini (2019, hal. 15). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan dalam subsektor makanan dan minuman, seperti yang ditunjukkan oleh fenomena saat ini yang membuat nilai perusahaan dapat naik atau turun di setiap subsektor makanan dan minuman diantaranya rasio profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Profitabilitas disebut juga sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba, dan dalam penelitian ini menggunakan proksi *Return on Equity* (ROE). Menurut Zaky Machmuddah (2020, hal 41) Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Pada perhitungannya apabila nilai ROE tinggi maka nilai perusahaan dapat dikatakan memiliki nilai atau citra yang baik dimata investor.

Selain Profitabilitas. Ukuran perusahaan (Size) juga dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan. salah satu rumus yang digunakan dalam perhitungan ukuran perusahaan adalah Ln (Total Asset). Menurut GGK Ardiansyah (2020). Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan dan saham perusahaan yang tersebar secara luar. Semakin besarnya suatu perusahaan maka menunjukkan bahwa perusahaan mengalami suatu perkembangan sehingga investor akan merespon secara positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat

Tabel 1. Rata-rata profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan

Tahun	Profitabilitas	Ukuran perusahaan	Nilai perusahaan
2019	0.1766	16.089	3.23
2020	0.1690	16.390	3.14
2021	0.1633	16.388	3.24
2022	0.1357	16.512	3.24
2023	0.1431	16.514	2.53

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Dari data diatas dapat diketahui fenomena yaitu pada tahun 2021 variabel profitabilitas menurun dari 0.1690 menjadi 0.1633 namun nilai perusahaan meningkat dari 3.14 menjadi 3.24 yang mana seharusnya jika profitabilitas menurun maka nilai perusahaan juga ikut menurun begitupun sebaliknya. Karena jika perusahaan tidak mendapatkan laba, maka investor juga enggan melakukan investasi diperusahaan tersebut. Dan pada tahun 2023 variabel ukuran perusahaan juga meningkat yaitu dari 16.512 menjadi 16.514 namun nilai perusahaan menurun yaitu dari 3.24 menjadi 2.53 yang mana seharusnya jika ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan juga ikut meningkat dan juga sebaliknya, jika ukuran perusahaan yang dihitung menggunakan

total aset meningkat maka seharusnya nilai perusahaan juga meningkat, karena pada dasarnya perusahaan yang memiliki aset lebih banyak akan lebih mudah mengoperasionalkan perusahaan sehingga tujuan perusahaan akan tercapai dan mudah untuk mendapatkan calon investor.

Berdasarkan penjelasan fenomena yang telah dijelaskan dilatar belakang adanya fluktuatif nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman dan hasil penelitian yang tidak konsisten dari penelitian-penelitian terdahulu dari beberapa sumber yang didapat, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)".

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik dan mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain. Manfaat Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dasar untuk penelitian serupa di masa mendatang. Bagi Investor penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebuah informasi mengenai nilai perusahaan sebagai indikator untuk pengambilan keputusan berinvestasi pada suatu perusahaan untuk memperoleh *return* yang maksimal. Sedangkan bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan bahan dan informasi yang bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Sinyal

Michael Spence, seorang ekonom Amerika, memperkenalkan konsep sinyal dalam makalahnya yang terkenal tahun 1973 dipublikasikan di "The Quarterly Journal of Economics". Memberikan penjelasan Teori Sinyal yaitu suatu sinyal menunjukkan bahwa orang yang memberikan informasi berusaha memberikan informasi yang bisa digunakan oleh orang yang menerimanya. Menurut Fenty Fauziah, (2017 hal 11) didalam bukunya mengatakan teori sinyal secara umum diartikan sebagai isyarat yang dilakukan oleh perusahaan kepada calon investor. Sinyal tersebut dapat berwujud berbagai bentuk, baik yang langsung diamati maupun yang harus dilakukan penelaahan lebih lanjut untuk mengetahuinya. Teori sinyal juga digunakan untuk menyampaikan laporan keuangan suatu perusahaan, sehingga dapat memberikan informasi kepada investor bahwa perusahaan memiliki nilai yang baik atau buruk. jika informasi memberikan nilai yang baik maka dapat menarik investor untuk melakukan investasi, sebaliknya jika informasi memberikan nilai buruk maka akan mempengaruhi investor enggan untuk berinvestasi yang mengakibatkan penurunan harga saham.

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan adalah suatu nilai yang diberikan investor kepada perusahaan terhadap keberhasilan perusahaan dan kinerja perusahaan yang tercermin melalui harga saham dipasar. Menurut Riska Franita, (2018, hal 6) mengemukakan Nilai Perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor apabila perusahaan tersebut dijual. Menurut Nagian Toni (2021, hal 3) Nilai Perusahaan menunjukkan persepsi yang diberikan investor mengenai tingkat keberhasilan yang dicapai suatu perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Sedangkan menurut Silvia Indrarini (2019, hal 3) Nilai Perusahaan merupakan suatu tolak ukur atas prestasi kerja yang dicapai oleh suatu perusahaan. Nilai Perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan PBV sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan.

Formula untuk menghitung *Price to Book Value* (PBV):

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Harga\ Saham}{Nilai\ Buku\ Saham}$$

Profitabilitas

Menurut Garindya Rangga Alifedrin (2023, hal 26) menyebutkan definisi profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba maksimal dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Profitabilitas merupakan selisih antara pemasukan (pendapatan operasional) dengan pengeluaran (beban operasi). Menurut Eddy Irsan siregar (2021, hal 6) Rasio profitabilitas merupakan tolak ukur utama keberhasilan suatu perusahaan. Peningkatan laba memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan menguntungkan dan mampu memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham melalui pengembalian yang tinggi.

Dalam penelitian ini menggunakan proksi ROE. Perhitungan ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas pemegang saham. Berikut rumus ROE:

$$ROE = \frac{Laba\ bersih\ setelah\ Pajak}{Ekuitas\ Pemegang\ Saham} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Nengsih (2023, hal 69) Ukuran perusahaan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan berdasarkan jumlah asetnya. Hal ini karena perusahaan memiliki aset besar yang akan membantu mereka menjalankan bisnis dan biasanya memiliki lingkungan yang stabil. Ukuran yang lebih besar menunjukkan kapasitas produksi yang lebih besar, yang berarti lebih banyak profitabilitas. Lela Nurlaela Wati (2019, hal 31). Sedangkan menurut Riska Franita (2018, hal 16) Dalam banyak penelitian keuangan, faktor kontrol yang dipertimbangkan adalah ukuran perusahaan Para investor menjadi lebih tertarik untuk berinvestasi dalam perusahaan karena kondisi ini membuat harga sahamnya meningkat di pasar modal. Salah satu hal yang dipertimbangkan investor saat melakukan investasi adalah ukuran perusahaan. Jumlah aset total yang dimiliki oleh perusahaan adalah salah satu indikator utama ukuran perusahaan. Perusahaan dengan aset besar dianggap memiliki kapasitas yang lebih besar untuk menjalankan dan mengembangkan bisnisnya.

Berikut perhitungan pengukuran Ukuran Perusahaan :

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln (Total\ Assets)$$

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah salah satu indikator kunci yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kerangka berpikir ini, dapat diidentifikasi bahwa profitabilitas tidak hanya mencerminkan efisiensi operasional perusahaan tetapi juga berfungsi sebagai sinyal positif kepada investor. Peningkatan profitabilitas cenderung meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan Profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Cindy Anggraini dan Wulandari (2022) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas mempengaruhi Nilai Perusahaan, yang berarti Profitabilitas dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan pada industri subsektor makanan dan minuman. Jadi, untuk hipotesis diperoleh:

H1: Profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah indikator penting terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar sering kali dipandang lebih stabil dan efisien oleh investor. Ukuran perusahaan yang meningkat cenderung dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor dan efisiensi operasional yang lebih tinggi. Dari penjelasan diatas terdapat pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Femelia Yovita Bitadkk (2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan, yang berarti ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dalam industri perusahaan subsektor makanan dan minuman. Jadi, untuk hipotesis diperoleh:

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang telah dilakukan Dewantari et al (2019) menunjukkan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan mempengaruhi Nilai Perusahaan secara simultan atau signifikansi secara bersama-sama. Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan pada industri perusahaan subsektor makanan dan minuman. Jadi, untuk hipotesis diperoleh:

H3: Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

METODOLOGI

Dalam penelitian ini bersifat asosiatif dengan menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan metode asosiatif karena tujuannya untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependennya.

Dimana sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari artikel jurnal, buku-buku, internet dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini seperti laporan keuangan perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Yang mana laporan keuangannya dapat diunduh melalui situs website www.idx.co.id dan situs masing-masing perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019-2023 berjumlah 95 Perusahaan. Penelitian ini menerapkan teknik pengambilan sampel non probabilitas atau *purposive sampling*, di mana sampel diambil dari sumber data berdasarkan pertimbangan khusus. Dimana pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini dalam pemilihan sampel apabila memenuhi kriteria sebagai berikut :

Tabel 2. Kriteria Sampel Penelitian

Kriteria Pemilihan	Jumlah
Perusahaan Sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di (BEI) pada tahun 2023	95
Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang IPO setelah tahun 2019	(37)
Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tidak konsisten mempublikasikan laporan keuangan selama periode 2019-2023	(33)
Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang mendapat pendapatan total minimal Rp. 500.000.000.000 pada tahun 2023	(17)
Jumlah Data Penelitian	8

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Metode Analisa Data

Untuk mengetahui Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Periode 2019-2023. Menurut Imam Ghozali dan Dwi Ratmono (2017, hal 48) terdapat 3 jenis data yang digunakan dalam analisis regresi yaitu data runtun waktu (*time series*), data silang (*cross section*) dan data panel (gabungan dari *time series* dan *cross section*). Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan analisis statistik dengan teknik analisis linear berganda menggunakan data panel dengan menggunakan alat bantu Eviews. Model agregasi data panel dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Dimana :

- Y : Nilai Perusahaan (PBV)
- α : Koefisien Konstanta
- β_1, β_2 : Koefisien X
- X_1 : Profitabilitas (ROE)
- X_2 : Ukuran Perusahaan (*size*)
- ϵ : Variabel *Error*

Penentuan Model Regresi

Di dalam regresi panel terdapat 3 metode yang dipakai dalam sebuah penelitian yaitu *Fixed Effect Model*, *Random Effect Model* dan *Common Effect Model*. Widarjono (2018, hal 372) menyatakan bahwa ada tiga penelitian yang dilakukan untuk menentukan metode estimasi regresi data panel yang paling efektif. Yaitu, (a) untuk memilih antara metode *Common Effect* atau *Fixed Effect* diperlukan adanya uji Chow, (b) untuk memilih antara *Common Effect* atau *Random Effect* diperlukan adanya uji *Lagrange Multiplier* (LM), (c) untuk memilih antara *Fixed Effect* atau *Random Effect* diperlukan uji Hausman.

Pengujian asumsi klasik tidak diperlukan jika metode estimasi terbaik yang terpilih adalah *Random Effect*, sebaliknya apabila estimasi terbaik yang terpilih adalah *Common Effect* dan *Random Effect*. Maka pengujian asumsi klasik perlu dilakukan. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti, perlu adanya metode-metode sebagai berikut: Uji Parsial (uji t) untuk mengukur pengaruh variabel independen, uji simultan (uji F) untuk menguji variabel secara bersama-sama, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengevaluasi kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	Mean	Median	Minimum	Maksimum	Std. Dev
Profitabilitas	0.149816	0.153500	0.067900	0.274400	0.056244
Ukuran Perusahaan	16.65931	16.80710	13.40950	19.04440	1.973845
Nilai Perusahaan	3.153600	3.230000	0.560000	6.370000	1.679449

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

- a. Pada variabel profitabilitas dari tabel 3. diperoleh hasil minimum sebesar 0.067900, dengan hasil maksimum sebesar 0.274400, dengan hasil mean sebesar 0.149816, dengan hasil median sebesar 0.153500 dan hasil standar deviasinya sebesar 0.056244.

- b. Pada variabel Ukuran Perusahaan dari tabel 4.9 diperoleh hasil minimum sebesar 13.40950, dengan hasil maksimum sebesar 19.04440, dengan hasil mean sebesar 16.65931, dengan hasil median 16.80710 dan hasil standar deviasinya sebesar 1.973845
- c. Pada variabel Nilai Perusahaan dari tabel 4.9 diperoleh hasil minimum sebesar 0.560000, dengan hasil maksimum sebesar 6.370000, dengan hasil mean sebesar 3.153600, dengan hasil median sebesar 3.230000 dan hasil standar deviasinya sebesar 1.679449

2. Penentuan Model Regresi

Tabel 4. Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f	Prob.
Cross-section F	14.686461	(4,18)	0.000
Cross-section Chi-Square	36.253188	4	0.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan pada Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai *cross section* F yaitu sebesar 0.0000 lebih kecil dari 0,05 maka model yang terbaik yang dipakai adalah *Fixed Effect Model*.

Tabel 5. Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq Statistic	Chi-Sq d.f	Prob.
Cross-section random	2.835741	2	0.2422

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan pada Tabel 5. menunjukkan bahwa nilai *cross section Random* yaitu sebesar 0.2422 lebih besar dari pada 0,05 maka model terbaik yang dipilih adalah *Random Effect Model*.

Tabel 6. Hasil Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both.
Breusch-Pagan	20.57923 (0.0000)	2.049956 (0.1522)	22.62919 (0.0000)

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan pada Tabel 6. menunjukkan bahwa nilai *Breusch-Pagan* 0.0000 lebih kecil dari 0,05 maka model terbaik yang dipilih adalah *Random Effect Model*.

Setelah dilaksanakan uji terhadap Uji Chow, Uji Hausman dan Uji *Lagrange Multiplier*, berdasarkan perhitungan dapat disimpulkan maka model yang terbaik yang dipilih dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model*

3. Uji Asumsi Model Regresi

Berdasarkan hasil beberapa uji yang telah dilakukan *Random Effect Model* merupakan model estimasi yang dipilih dalam penelitian ini. Gujarati dan Porter (2012 hal 471) menyatakan metode *Generalized Least Square* (GLS) dilakukan hanya untuk persamaan yang dapat memenuhi asumsi klasik. Pada aplikasi Eviews 12, 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* dan *Fixed* maka uji asumsi klasik perlu dilakukan.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Linear Berganda

Variable	Coefficient	Prob.
C	4.376442	0.2495
Profitabilitas	13.97855	0.0382
Ukuran Perusahaan	-0.199111	0.2823

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan pada Tabel 7. hasil pengolah data yang menggunakan software Eviews 12. Dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = 4.376442 + 13.97855ROE - 0.199111SIZE + \epsilon$$

Dengan persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

- α = Nilai konstanta sebesar 4.376442 maka dapat diartikan jika Profitabilitas (ROE) dan Ukuran Perusahaan = 0, maka nilai perusahaan akan menunjukkan nilai sebesar 4.376442 atau dalam arti lain jika variabel independen profitabilitas (ROE) dan ukuran perusahaan naik, maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan akan meningkat sebesar 4.376442 poin.
- β_1 = Nilai koefisien sebesar 13.97855 bernilai kearah positif menunjukkan koefisien regresi profitabilitas (ROE) memiliki arah positif, maka bisa diartikan setiap kenaikan 1 poin profitabilitas (ROE) berarti nilai perusahaan meningkat sebesar 13.97855 poin. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya Profitabilitas (ROE) maka nilai perusahaan akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya.
- β_2 = Nilai koefisien sebesar -0.199111 bernilai kearah negatif menunjukkan koefisien regresi ukuran perusahaan memiliki arah negatif, maka bisa diartikan setiap kenaikan 1 poin ukuran perusahaan berarti nilai perusahaan menurun sebesar -0.199111. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya ukuran perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin menurun, begitupun sebaliknya.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Analisis Linear Berganda

R-squared	0.414088
Adjusted R-squared	0.360824

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan pada Tabel 8. Menunjukkan hasil pengolah data yang menggunakan software Eviews 12. Dapat diperoleh hasil R-Squared sebesar 0.360824 atau 36,10%. Nilai tersebut dapat menunjukkan variabel independen yaitu Profitabilitas (ROE) dan Ukuran Perusahaan dapat mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan sebesar 36,10% sedangkan sisanya sebesar 63,90% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk kedalam penelitian ini.

6. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 9. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

Profitabilitas	0.149816	0.153500	0.067900	0.274400
Ukuran Perusahaan	16.65931	16.80710	13.40950	19.04440
Nilai Perusahaan	3.153600	3.230000	0.560000	6.370000

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan pada Tabel 9. Dapat disimpulkan dengan Kesimpulan sebagai berikut:

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan dengan Uji t pada Tabel 4.15 dapat diketahui hasil thitung > ttabel yaitu (2.204729 > 2.024394) dan nilai signifikansi sebesar 0.0382 lebih kecil dari 0.05 atau 5%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan dengan Uji t pada Tabel 4.15 dapat diketahui hasil thitung < ttabel yaitu (1.102104 < 2.024394) dan nilai signifikansi sebesar 0.2823 lebih besar dari 0.05 atau 5%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak yang artinya Variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

b. Uji F

Tabel 10. Hasil Analisis Linear Berganda

F-statistic	7.774165
Prob (F-statistic)	0.002794

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan pada Tabel 9 dapat diketahui hasil f hitung > f tabel yaitu sebesar (7.774165 > 3.244828) dan nilai signifikansi 0.002794 lebih kecil dari 0,05 atau 5%, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, yang artinya variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda Profitabilitas (ROE) memiliki arah koefisien regresi positif dengan nilai koefisien sebesar 13.97855, dengan hasil perhitungan uji t variabel Profitabilitas (ROE) menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi laba yang didapatkan oleh suatu perusahaan akan meningkatkan Nilai Perusahaannya. Hasil ini sejalan dengan teori yang ada bahwa semakin tinggi laba yang dihasilkan maka nilai perusahaan akan meningkat, begitupun sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cindy Anggraeni dan Wulandari Agustiningih (2022) dan Dian Eka Siswanti dan Sutjipto Ngumar (2019) yang mengatakan variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alma Nur Aulia, Rita Indah Mustikawati dan Sugeng Hariyanto (2020) dan Febri Indra Farizki, Suhendro dan Endang Masitoh (2021) yang mengatakan variabel Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil regresi linear berganda Ukuran Perusahaan memiliki arah koefisien regresi negatif dengan nilai koefisien sebesar -0.199111, dengan hasil perhitungan uji t variabel Ukuran Perusahaan menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya Koefisien negatif yang tidak signifikan ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak berpengaruh dalam menentukan nilai perusahaan. Secara teori, ukuran perusahaan sering dianggap sebagai faktor yang meningkatkan stabilitas dan efisiensi karena memiliki lebih banyak sumber daya untuk mencapai skala ekonomi. Namun, hasil ini dapat mengindikasikan bahwa ukuran yang lebih besar justru berpotensi menimbulkan inefisiensi operasional atau biaya tambahan yang tidak berkontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dede Hertina, Mohamad Bayu Herdiawan Hidayat dan Dara Mustika (2019) dan Nur Anisa, Sri Hermuningsih, dan Alfiatul Maulida (2022) mengatakan variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Supra Dewantari, Wayan Cipta, dan Gede Putu Agus Jana Susila (2019) dan Femelia Yovita Bitu, Sri Hermuningsih, dan Alfiatul Maulida (2021) yang mengatakan variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil Uji F maka dapat disimpulkan variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan. Yang artinya bahwa variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berkontribusi secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan karena dari perspektif investor, Profitabilitas yang tinggi menunjukkan potensi pertumbuhan dan Ukuran Perusahaan yang besar menunjukkan stabilitas sehingga meningkatnya daya tarik perusahaan di pasar modal. Dengan itu profitabilitas yang tinggi dan Ukuran Perusahaan yang besar lebih mungkin menarik minat investor karena menawarkan kombinasi antara potensi pertumbuhan dan stabilitas finansial.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diperoleh Kesimpulan, yaitu :

1. secara parsial variabel profitabilitas (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Dan variabel ukuran perusahaan (X_2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Sedangkan secara simultan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh bersama-sama atau simultan terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Referensi :

Buku :

Alifedrin, G. A. & Firmansyah, E., A. (2023). *Risiko Likuiditas dan Profitabilitas Perbankan Syariah Peran FDR, LAD, LTA, NPF, DAN CAR*. Bandung: Publikasi Media Discovery Berkelanjutan.

- Fauziah, F. (2017). *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan: Teori Dan Kajian Empiris*. Samarinda: Pustaka Horizon.
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan: Studi Untuk Perusahaan Telekomunikasi*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Ghozali, Imam., & Ratmono, Dwi. (2017). *Analisis Multivariant dan Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan EViews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gujarati, D. N. (2021). *Essentials of econometrics*. Sage Publications. Widarjono, A. (2016). *Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan Eviews*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Gujarati, Damodar dan Dawn C. Porter. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika (Buku 2)*. (Terj.) Raden Carlos Mangunson. Jakarta: Salemba Empat.
- Indrarini, Silvia. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance Dan Kebijakan Perusahaan)*. Surabaya: Scopindo.
- Machmuddah. Z (2020). *Metode Penyusunan Skripsi Bidang Ilmu Akuntansi (edisi pertama)*. Sleman. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Nagian, T. & Silvia (2021) *Determinan Nilai Perusahaan*. CV. Jakad Media Publishing.
- Nengsih, N. (2023). *Struktur Modal Syariah*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media.
- Siregar, E, I (2021). *Kinerja Keuangan Terhadap Profitabilitas Subsektor Konstruksi*. Penerbit Nem.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Ponorogo: Myria
- Widarjono, Agus. (2018). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews, Edisi kelima*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.

Jurnal :

- Anggraini, C., & Agustiniingsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 494–512.
- Aulia, A. N., Mustikawati, R. I., & Hariyanto, S. (2020). Profitabilitas, ukuran perusahaan dan intellectual capital terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 8(1).
- Ardiansyah, G. G. K. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 367-375.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74-83
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17-22.

- Hertina, D., Hidayat, M. B. H., & Mustika, D. (2019). Ukuran perusahaan, kebijakan hutang dan profitabilitas pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ecodemica*, 3(1), 1-10.
- Nur Aulia, A., Indah Mustikawati, R., & Hariyanto, S. (2020). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1–7.
- Siswanti, D. E., & Ngumar, S. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(2).
- Yovita Bitu, F., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Syntax Transformation* 2(3).