

Pengaruh Profitabilitas dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2022–2024

Az Zahra Khoirunnisha^{1*}, Rospita Samosir²

¹ Nusa Putra University

² Nusa Putra University

*az.zahra_ak24@nusaputra.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan *firm size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Profitabilitas diproksikan menggunakan *Return on Assets* (ROA), *firm size* diproksikan menggunakan logaritma natural total aset (Ln Total Aset), sedangkan nilai perusahaan diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel, sehingga diperoleh 26 perusahaan dengan total 78 observasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan *software* EViews 13. Berdasarkan hasil Uji Chow dan Uji Hausman, model terbaik yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) memiliki koefisien regresi sebesar 0,171343 dengan nilai probabilitas 0,0000 ($< 0,05$), sehingga profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *firm size* memiliki koefisien regresi sebesar -63,45813 dengan nilai probabilitas 0,0552 ($> 0,05$), sehingga *firm size* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa investor pada sektor makanan dan minuman lebih merespon sinyal profitabilitas dibandingkan ukuran perusahaan dalam menilai prospek perusahaan di masa pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Firm Size*, Nilai Perusahaan, ROA, PBV, Regresi Data Panel.

Abstract: This study aims to analyze the effect of profitability and firm size on firm value in food and beverage sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2022–2024 period. Profitability is proxied using Return on Assets (ROA), firm size is proxied using the natural logarithm of total assets (Ln Total Assets), while firm value is proxied using Price to Book Value (PBV). This study uses a quantitative approach with secondary data from the companies' annual financial reports. The purposive sampling technique was used to select the sample, resulting in 26 companies with a total of 78 observations. Data analysis was performed using panel data regression with EViews 13 software. Based on the results of the Chow Test and Hausman Test, the selected best model is the Fixed Effect Model (FEM). The results show that profitability (ROA) has a regression coefficient of 0.171343 with a probability value of 0.0000 (< 0.05), thus profitability has a positive and significant effect on firm value. Meanwhile, firm size has a regression coefficient of -63.45813 with a probability value of 0.0552 (> 0.05), thus firm size does not have a significant effect on firm value. These results indicate that investors in the food and beverage sector respond more to profitability signals than to company size when assessing company prospects during the post-pandemic economic recovery period.

Keywords: Profitability, Firm Size, Firm Value, ROA, PBV, Panel Data Regression.

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini selalu dibutuhkan karena menyediakan kebutuhan pokok manusia. Saat terjadi krisis ekonomi sekalipun, industri makanan dan minuman tetap bertahan dan terus berkembang. Hal inilah yang membuat sektor ini menarik perhatian investor. Data dari Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar terus bertambah setiap tahunnya.

Menurut (Brigham & Houston, 2019), tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham, yang tercermin melalui nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan bagaimana pasar menilai kinerja dan prospek sebuah perusahaan di masa depan. Bagi investor, nilai perusahaan menjadi pertimbangan utama sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi di pasar biasanya dianggap memiliki kinerja yang baik dan dikelola secara profesional.

Salah satu indikator yang sering digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah rasio Price to Book Value (PBV). PBV mengindikasikan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar memberikan nilai pada buku perusahaan dan sering dimanfaatkan sebagai ukuran dalam menentukan apakah suatu saham dipandang tinggi atau rendah oleh para investor. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan adanya potensi yang cerah di masa yang akan datang sehingga

dapat menarik perhatian investor untuk berinvestasi.

Profitabilitas atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi salah satu faktor yang sering dikaitkan dengan nilai perusahaan. Secara sederhana, perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi akan lebih mudah membagikan dividen kepada pemegang saham dan memiliki lebih banyak dana untuk mengembangkan usahanya. Teori sinyal (*signaling theory*) menjelaskan bahwa laba yang tinggi merupakan sinyal positif bagi investor. Sinyal ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan bekerja dengan baik dan perusahaan memiliki prospek yang cerah. Investor akan merespon sinyal positif ini dengan membeli saham perusahaan sehingga harga saham naik dan nilai perusahaan meningkat.

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio Return on Assets (ROA). ROA menunjukkan seberapa efisien perusahaan menggunakan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA dipilih karena rasio ini tidak dipengaruhi oleh struktur modal perusahaan sehingga lebih mencerminkan kinerja operasional perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA, semakin baik kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki.

Selain profitabilitas, ukuran perusahaan (*firm size*) juga sering diteliti pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar biasanya memiliki beberapa keunggulan dibandingkan perusahaan kecil, seperti skala produksi yang lebih efisien, akses yang lebih mudah ke sumber pendanaan, dan posisi yang lebih kuat dalam persaingan

pasar. Perusahaan besar juga lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga lebih mudah menarik investor. Dengan berbagai keunggulan tersebut, perusahaan besar dianggap memiliki risiko yang lebih rendah sehingga nilainya di pasar cenderung lebih tinggi.

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan logaritma natural dari total aset ($\ln$ Total Aset). Penggunaan logaritma natural bertujuan untuk menyeragamkan data karena total aset perusahaan memiliki rentang nilai yang sangat lebar. Perusahaan dengan nilai $\ln$ total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut termasuk dalam kategori perusahaan besar.

Namun, teori tersebut menarik untuk diuji kembali karena adanya fenomena yang kontradiktif di lapangan. Pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, tidak semua perusahaan dengan profitabilitas tinggi atau ukuran besar otomatis memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Beberapa perusahaan justru mengalami penurunan harga saham dan PBV meskipun mencatatkan laba bersih yang meningkat. Fenomena ini mengindikasikan adanya faktor lain yang mempengaruhi persepsi investor di sektor ini, terutama pada periode pemulihan ekonomi pasca pandemi 2022–2024.

Selain itu, hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan inkonsistensi. Penelitian yang dilakukan oleh (Fadillah et al., 2025) menemukan bahwa profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022–2024. Hasil

yang sama juga ditemukan oleh (Suprpto, 2025) yang meneliti sektor barang konsumen primer, di mana profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Namun untuk variabel ukuran perusahaan, hasil penelitian masih beragam. (Suprpto, 2025) menemukan bahwa *firm size* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian (Alexsandro, 2025) pada sektor konsumen *cyclical* menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain oleh (Indana & Pangestuti, 2024) justru menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut, terutama pada periode yang lebih baru (2022–2024) yang merupakan masa transisi dari pandemi menuju kondisi normal kembali. Kebanyakan penelitian yang ada menggunakan sampel yang lebih luas seperti seluruh perusahaan manufaktur, sementara penelitian yang fokus pada sektor makanan dan minuman masih terbatas. Padahal sektor ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan sektor manufaktur lainnya karena permintaan produk makanan dan minuman cenderung lebih stabil sebagai kebutuhan pokok.

Memperhatikan ketidakselarasan antara teori dan kondisi riil di sektor makanan dan minuman serta adanya perbedaan hasil dari studi sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah profitabilitas dan *firm size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada periode yang lebih terkini.

Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul "Pengaruh Profitabilitas dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2022–2024."

KAJIAN PUSTAKA

Teori Sinyal

Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali dikemukakan oleh (Spence, 1973) dalam konteks pasar tenaga kerja, yang kemudian diadaptasi dalam literatur keuangan oleh (Ross, 1977). Teori ini menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal, terutama karena adanya asimetri informasi antara manajemen dan investor. Asimetri informasi terjadi ketika manajemen memiliki informasi lebih banyak dan lebih akurat mengenai prospek dan kondisi perusahaan dibandingkan pihak luar (Jensen & Meckling, 1976). Kondisi ini dapat menimbulkan ketidakpastian bagi investor dalam menilai kelayakan perusahaan, sehingga pasar cenderung memberikan valuasi yang lebih rendah dari nilai fundamentalnya.

Untuk mengurangi keraguan tersebut, perusahaan perlu mengirimkan sinyal-sinyal positif yang kredibel kepada pasar. Informasi yang dipublikasikan, seperti laporan keuangan, merupakan salah satu sinyal yang akan ditangkap dan diinterpretasikan oleh investor. Perusahaan yang memiliki kinerja baik tentu ingin memberikan sinyal positif kepada pasar agar harga sahamnya meningkat. Sebaliknya, perusahaan dengan kinerja buruk mungkin akan berusaha menyembunyikan informasi negatif. Namun karena adanya regulasi yang mengharuskan perusahaan

melaporkan kinerjanya secara transparan, investor tetap bisa memperoleh informasi yang diperlukan (Brigham & Houston, 2019).

Dalam penelitian ini, teori sinyal digunakan untuk menjelaskan hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi merupakan sinyal positif bagi investor. Ketika perusahaan melaporkan laba yang besar, investor akan menganggap bahwa perusahaan dikelola dengan baik dan memiliki prospek yang cerah. Sinyal ini akan mendorong investor untuk membeli saham perusahaan sehingga harga saham naik dan nilai perusahaan meningkat (Chakraborty & Maruf, 2023). Demikian pula dengan ukuran perusahaan yang besar dapat menjadi sinyal stabilitas dan risiko rendah, sehingga investor lebih percaya untuk menanamkan modalnya (Margono & Gantino, 2021).

Teori Keagenan

Teori keagenan atau *agency theory* dikembangkan oleh (Jensen & Meckling, 1976) Teori ini menjelaskan tentang hubungan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*). Pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada manajemen profesional karena pemilik mungkin tidak memiliki keahlian yang cukup atau tidak memiliki waktu untuk mengelola perusahaan sendiri. Namun dalam praktiknya, sering terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan manajemen (Jensen & Meckling, 1976).

Konflik kepentingan terjadi karena manajemen cenderung bertindak untuk kepentingan mereka sendiri, bukan untuk kepentingan pemilik. Misalnya, manajemen mungkin mengambil keputusan yang

menguntungkan diri sendiri seperti memberikan gaji yang terlalu tinggi atau menggunakan fasilitas perusahaan untuk kepentingan pribadi. Sementara itu, pemilik menginginkan manajemen bekerja untuk meningkatkan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemilik. Perbedaan kepentingan ini menimbulkan biaya yang disebut sebagai *agency cost* (Eisenhardt, 1989).

Untuk mengurangi konflik kepentingan ini, diperlukan mekanisme pengawasan terhadap kinerja manajemen. Salah satu mekanisme pengawasan adalah melalui publikasi laporan keuangan. Laporan keuangan yang menunjukkan profitabilitas tinggi menandakan bahwa manajemen bekerja dengan baik untuk meningkatkan nilai perusahaan. Investor dan pemilik dapat menggunakan informasi ini untuk menilai apakah manajemen sudah bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik (Astutik et al., 2024). Dalam konteks penelitian ini, profitabilitas menjadi alat untuk memonitor kinerja manajemen, sehingga perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan lebih dipercaya oleh investor.

Nilai Perusahaan

Menurut (Sudana, 2015), definisi nilai perusahaan adalah nilai saat ini dari pendapatan atau arus kas yang diperkirakan diterima di waktu mendatang. Nilai sebuah perusahaan merupakan pandangan para investor mengenai seberapa sukses perusahaan tersebut, yang sering kali berhubungan dengan harga sahamnya. Ketika harga saham berada pada tingkat tinggi, nilai perusahaan pun akan meningkat, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini tetapi juga mengenai prospek di masa depan.

Nilai perusahaan penting untuk diperhatikan karena beberapa alasan. Pertama, nilai perusahaan mencerminkan kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Kedua, nilai perusahaan yang tinggi membuat perusahaan lebih mudah mendapatkan pendanaan dari pasar modal. Ketiga, nilai perusahaan yang tinggi juga meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Oleh karena itu, setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya (Salvatore, 2020).

Nilai sebuah perusahaan dapat terukur melalui beberapa indikator, termasuk salah satunya adalah *Price to Book Value* (PBV). Rasio PBV ini mengindikasikan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar memberikan nilai pada buku perusahaan dan sering dimanfaatkan sebagai ukuran dalam menentukan apakah suatu saham dipandang tinggi atau rendah oleh para investor (Pratiwi & Albertus, 2023). Perusahaan yang memiliki nilai yang cukup tinggi menunjukkan bahwa adanya potensi yang cerah di masa yang akan datang sehingga bisa menarik perhatian investor untuk berinvestasi. Rumus untuk menghitung PBV adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

Keterangan:

- Harga saham: harga penutupan saham perusahaan pada akhir tahun.
- Nilai buku per saham: total ekuitas dibagi dengan jumlah saham beredar.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Profitabilitas menunjukkan seberapa efektif manajemen dalam mengelola aset dan modal yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dianggap mampu bertahan dalam jangka panjang karena memiliki cadangan dana yang cukup untuk mengembangkan usaha dan menghadapi risiko yang mungkin terjadi (Hanafi & Halim, 2018)

Profitabilitas dapat diukur dengan berbagai cara. Beberapa rasio profitabilitas yang sering digunakan antara lain: *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan *Earning per Share* (EPS) (Kasmir, 2021). Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA). ROA dipilih karena rasio ini menunjukkan seberapa efisien perusahaan menggunakan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA juga sering digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya tentang nilai perusahaan karena ROA tidak dipengaruhi oleh struktur modal perusahaan (Sylvia & Santioso, 2025). Rumus untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Laba bersih: laba setelah pajak
- Total aset: total seluruh aset yang dimiliki perusahaan.

Semakin tinggi nilai ROA, semakin baik kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki (Fahmi, 2020).

Ukuran Perusahaan (Firm Size)

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek seperti total aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, atau jumlah karyawan. Perusahaan besar biasanya memiliki sumber daya yang lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar juga memiliki akses yang lebih mudah ke pasar modal dan lembaga keuangan karena dianggap memiliki risiko yang lebih rendah (Sujarweni, 2019).

Ukuran perusahaan penting untuk diperhatikan karena mempengaruhi berbagai aspek dalam perusahaan. Perusahaan besar cenderung lebih stabil karena memiliki diversifikasi usaha yang lebih luas. Perusahaan besar juga memiliki posisi tawar yang lebih kuat terhadap pemasok dan pelanggan. Selain itu, perusahaan besar biasanya lebih dikenal oleh masyarakat sehingga lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari investor (Darmawan & Isyнуwardhana, 2022).

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset. Total aset dipilih karena merupakan indikator yang paling stabil dibandingkan dengan ukuran lainnya seperti total penjualan atau kapitalisasi pasar. Total aset juga mencerminkan skala operasional perusahaan secara keseluruhan (Jessica et al., 2023). Karena total aset perusahaan bervariasi dan memiliki rentang yang sangat lebar, data total aset biasanya ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural (Ln). Penggunaan

logaritma natural bertujuan untuk menyeragamkan data dan mengurangi pengaruh nilai ekstrem. Rumus untuk menghitung ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Ln: logaritma natural
- Total aset: total seluruh aset yang dimiliki perusahaan dalam satuan Rupiah

Perusahaan dengan nilai Ln total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut termasuk dalam kategori perusahaan besar. Sebaliknya, perusahaan dengan nilai Ln total aset yang kecil menunjukkan bahwa perusahaan tersebut termasuk dalam kategori perusahaan kecil (Margono & Gantino, 2021).

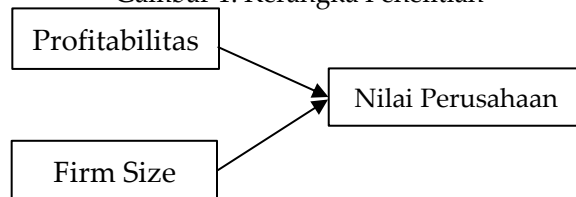
Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan, penelitian ini disusun dengan kerangka berpikir bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA, semakin efisien perusahaan dalam mengelola asetnya, yang kemudian menjadi sinyal positif bagi investor untuk meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Ln Total Aset mencerminkan skala operasional perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar cenderung memiliki stabilitas dan akses sumber daya yang lebih baik, yang

diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan.

Gambar 1. Kerangka Penelitian



Sumber : Data diolah penulis, 2026

Berdasarkan kerangka berpikir dan landasan teori yang telah diuraikan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

H₂: Ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

H₃: Profitabilitas dan ukuran perusahaan (*firm size*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

METODOLOGI

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian hipotesis melalui data berbentuk angka dan analisis statistik (Sugiyono, 2022). Pendekatan asosiatif kausal dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen

(profitabilitas dan ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan sektor makanan dan minuman yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi www.idx.co.id untuk periode 2022 hingga 2024.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Variabel & Definisi

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	Persepsi investor terhadap perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai buku per saham}}$	Rasio
Profitabilitas (X_1)	Kemampuan perusahaan menghasilkan laba	$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X_2)	Besar kecilnya perusahaan	Ukuran Perusahaan = Ln (Total Aset)	Rasio

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2026

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2022-2024. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Ghozali, 2016). Adapun kriteria pemilihan sampel disajikan pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Proses Seleksi Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan makanan dan minuman yang tersedia data lengkap di BEI periode 2022-2024	27
2	Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang Rupiah	(1)
Jumlah sampel yang memenuhi kriteria		26
Tahun pengamatan		3
Total observasi (26 x 3)		78

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh jumlah sampel sebanyak 26 perusahaan makanan dan minuman yang memenuhi kriteria dengan periode pengamatan selama 3 tahun (2022-2024), sehingga total observasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 78 observasi.

Adapun perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: ADES, AISA, ALTO, BUAH, BUDI, CAMP, CEKA, CLEO, CMRY, COCO, DLTA, DMND, FOOD, GOOD, HOKI, ICBP, INDF, KEJU, MLBI, MYOR, ROTI, SIDO, SKLT, STTP, TBLA, dan ULTI.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi melalui data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dari pihak lain yang telah mengumpulkannya (Sujarweni, 2022). Data yang dikumpulkan berupa laporan keuangan tahunan (annual report) perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2022-2024. Laporan tahunan digunakan untuk memperoleh informasi mengenai Price to Book Value (PBV) sebagai proksi nilai perusahaan, Return on Assets (ROA) sebagai proksi profitabilitas, dan Ln Total Aset sebagai proksi ukuran perusahaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak EViews (Econometric Views) 13. Metode yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Tahapan analisis meliputi: (1) penentuan model estimasi data panel melalui Uji Chow dan Uji Hausman; (2) uji asumsi klasik (multikolinearitas,

heteroskedastisitas, dan autokorelasi); serta (3) pengujian hipotesis (Uji t dan Uji F).

Berdasarkan pendapat (Verbeek, 2000) (Gujarati, 2003), serta (Wibisono, 2005) dalam buku karangan (Ajija et al., 2011), salah satu keunggulan data panel adalah bahwa uji asumsi klasik seperti normalitas tidak selalu harus dilakukan, tergantung pada karakteristik data dan metode estimasi yang digunakan.

Secara spesifik, uji normalitas residual bertujuan untuk mengetahui apakah error term mendekati distribusi normal. Uji ini umumnya diwajibkan jika jumlah observasi kecil (<30). Berdasarkan Teorema Limit Pusat (Central Limit Theorem) jika jumlah observasi cukup besar (>30), maka distribusi error term akan mendekati normal meskipun data asli tidak terdistribusi normal (Ajija et al., 2011). Penelitian ini menggunakan total observasi sebanyak 78 sampel ($78 > 30$), sehingga uji normalitas residual dapat diabaikan.

Maka dari itu persamaan regresi data panel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y_{it} : Nilai Perusahaan (PBV) entitas i pada periode t

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien regresi variabel independen

X_{1it} : Profitabilitas (ROA) entitas i pada periode t

X_{2it} : Ukuran Perusahaan (Ln Total Aset) entitas i pada periode t

ε_{it} : Error term (tingkat kesalahan)

i : Data cross-section (perusahaan makanan dan minuman)

t : Data time-series (tahun penelitian 2022-2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian. Data yang dianalisis berasal dari 26 perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022 hingga 2024, dengan total observasi sebanyak 78 data ($26 \text{ perusahaan} \times 3 \text{ tahun}$).

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	X1	X2	Y
Mean	804.3882	28.40743	106.5982
Median	9.152145	28.68765	2.368756
Maximum	22988.76	32.93787	3064.147
Minimum	-95.11953	20.56063	-35.18188
Std. Dev.	3974.278	2.393481	531.5572
Skewness	4.919113	-1.078027	5.021419
Kurtosis	25.60257	5.704525	26.79176
Jarque-Bera	1974.918	38.87983	2167.447
Probability	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	62742.28	2215.779	8314.662
Sum Sq. Dev.	1.22E+09	441.1137	21756589
Observations	78	78	78

Sumber : Data diolah dengan EViews 13, 2026

Dari tabel 3 diatas, berikut interpretasi dari masing-masing variabel:

1. Variabel Profitabilitas (ROA)

Nilai rata-rata ROA sebesar 804,3882 dengan standar deviasi 3974,278. Standar

deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata mengindikasikan bahwa data ROA memiliki variabilitas yang sangat tinggi. Hal ini berarti tingkat profitabilitas antar perusahaan makanan dan minuman sangat beragam. Nilai maksimum mencapai 22988,76 yang menunjukkan adanya perusahaan dengan efisiensi aset sangat tinggi, sementara nilai minimum - 95,11953 menunjukkan perusahaan yang mengalami kerugian. Nilai median (9,152145) yang jauh lebih rendah dari nilai rata-rata mengindikasikan distribusi data yang condong ke kanan.

2. Variabel Firm Size

Nilai rata-rata *firm size* sebesar 28,40743 dengan standar deviasi 2,393481. Berbeda dengan ROA, standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa data *firm size* cenderung homogen. Artinya, sebagian besar perusahaan sampel memiliki skala ukuran yang tidak terlalu berbeda. Nilai maksimum tercatat 32,93787 dan nilai minimum 20,56063.

3. Variabel Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai rata-rata PBV sebesar 106,5982 dengan standar deviasi 531,5572. Standar deviasi yang jauh lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan variabilitas nilai perusahaan antar sampel sangat tinggi. Nilai maksimum 3064,147 mengindikasikan ada perusahaan yang nilai pasarnya sangat tinggi di atas nilai buku, sedangkan nilai minimum - 35,18188 menunjukkan adanya perusahaan dengan ekuitas negatif. Nilai median (2,368756) yang jauh di bawah nilai rata-rata mengonfirmasi distribusi data yang sangat condong ke kanan.

Secara keseluruhan, ketiga variabel menunjukkan distribusi data yang tidak

normal (dilihat dari perbedaan signifikan antara mean dan median). Namun demikian, karena jumlah observasi yang digunakan cukup besar ($78 > 30$), analisis regresi data panel tetap dapat dilanjutkan berdasarkan Teorema Limit Pusat yang menyatakan bahwa distribusi *error term* akan mendekati normal pada sampel besar.

Uji Pemilihan Model

Dalam analisis regresi data panel, terdapat tiga model estimasi yang dapat digunakan: Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Untuk menentukan model mana yang paling tepat, dilakukan pengujian secara bertahap yaitu Uji Chow dan Uji Hausman.

1. Uji Chow (CEM vs FEM)

Uji Chow digunakan untuk memilih antara CEM dan FEM. Hipotesis yang diajukan:

- H_0 : CEM lebih baik dari FEM
- H_1 : FEM lebih baik dari CEM

Kriteria pengambilan keputusan: jika nilai probabilitas *Cross-section F* $> 0,05$ maka H_0 diterima (CEM terpilih), sebaliknya jika $< 0,05$ maka H_0 ditolak (FEM terpilih).

Tabel 4. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.154398	(25,50)	0.3251
Cross-section Chi-square	35.540741	25	0.0789

Sumber : *Output EViews 13, 2026*

Berdasarkan Tabel 4, nilai probabilitas Cross-section F adalah $0,3251 > 0,05$, sehingga H_0 diterima. Kesimpulannya, Common Effect Model (CEM) lebih baik dibandingkan Fixed Effect Model (FEM).

2. Uji Hausman (FEM vs REM)

Uji Hausman digunakan untuk memilih antara FEM dan REM. Hipotesis yang diajukan:

- H_0 : REM lebih baik dari FEM
- H_1 : FEM lebih baik dari REM

Kriteria pengambilan keputusan: jika nilai probabilitas *Cross-section random* $> 0,05$ maka H_0 diterima (REM terpilih), sebaliknya jika $< 0,05$ maka H_0 ditolak (FEM terpilih).

Tabel 5. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	23.305236	2	0.0000

Sumber : *Output EViews 13, 2026*

Berdasarkan tabel 5, nilai probabilitas Cross-section random adalah $0,0000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Kesimpulannya, Fixed Effect Model (FEM) lebih baik dibandingkan Random Effect Model (REM).

Keputusan Akhir Model Terpilih:

Hasil Uji Chow menunjukkan bahwa CEM lebih baik dari FEM, sedangkan Uji Hausman menunjukkan bahwa FEM lebih baik dari REM. Terdapat perbedaan hasil antara kedua uji tersebut. Dalam kondisi ini, mengacu pada pendapat (Gujarati, 2003) serta (Ghozali & Ratmono, 2022), Uji

Hausman secara statistik memiliki kekuatan yang lebih tinggi karena membandingkan konsistensi estimator antara FEM dan REM. Selain itu, FEM mampu mengontrol heterogenitas antar individu perusahaan yang tidak dapat diakomodasi oleh CEM.

Tabel 6. Hasil Uji Pemilihan Model

Pengujian	Model Terbaik	Probabilitas	Keputusan
Uji Chow	CEM	$0,3251 (>0,05)$	H_0 diterima
Uji Hausman	FEM	$0,0000 (<0,05)$	H_0 ditolak
Keputusan Akhir	FEM	-	Hausman lebih kuat secara statistik

Sumber : *Data diolah penulis, 2026*

Berdasarkan pertimbangan tersebut, model yang terpilih untuk penelitian ini adalah Fixed Effect Model (FEM).

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, model regresi harus memenuhi beberapa asumsi klasik agar hasil estimasi tidak bias. Pengujian yang dilakukan meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas. Kriteria yang digunakan: jika nilai korelasi antar variabel independen $< 0,9$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi Antar Variabel Independen

	X1	X2
X1	1	-0.6506315028642964
X2	-0.6506315028642964	1

Sumber : *Output EViews 13, 2026*

Berdasarkan Tabel 5, nilai korelasi antara ROA dan *Firm Size* adalah **-0,6506**. Nilai tersebut jauh di bawah batas kritis 0,9, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model penelitian.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan metode Glejser, yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Kriteria: jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Metode Glejser)

Dependent Variable: ABS(RESID)				
Method: Panel Least Squares				
Date: 06/02/26 Time: 15:53				
Sample: 2022 2024				
Periods included: 3				
Cross-sections included: 26				
Total panel (balanced) observations: 78				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-607.2257	280.8782	-2.161882	0.0354
X1	0.007833	0.002437	3.214275	0.0023
X2	21.57703	9.899228	2.179668	0.0340

Sumber: Output EViews 13, 2026

Berdasarkan Tabel 8, nilai probabilitas variabel ROA adalah 0,0023 dan variabel *Firm Size* adalah 0,0340, keduanya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Namun demikian, pada regresi data panel dengan Fixed Effect Model (FEM), keberadaan heteroskedastisitas dapat ditoleransi karena model FEM telah memperhitungkan perbedaan karakteristik antar individu perusahaan. Selain itu,

penggunaan metode robust standard errors dapat mengatasi masalah ini tanpa mempengaruhi konsistensi estimator (Ghozali & Ratmono, 2022).

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi antara residual periode sebelumnya dengan residual periode saat ini. Pengujian dilakukan dengan statistik Durbin-Watson (DW). Kriteria: jika nilai DW mendekati 2 (antara 1,5 dan 2,5) maka tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.996916	Mean dependent var	106.5982
Adjusted R-squared	0.995250	S.D. dependent var	531.5572
S.E. of regression	36.63357	Akaike info criterion	10.31307
Sum squared resid	67100.93	Schwarz criterion	11.15907
Log likelihood	-374.2097	Hannan-Quinn criter.	10.65174
F-statistic	598.5866	Durbin-Watson stat	3.144159
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output EViews 13, 2026

Berdasarkan Tabel 9, nilai Durbin-Watson stat adalah 3,144159. Nilai DW > 2 mengindikasikan adanya autokorelasi negatif. Namun, untuk data panel dengan periode waktu yang pendek (3 tahun), uji autokorelasi kurang relevan karena dimensi waktu terbatas untuk mendeteksi korelasi serial (Ajija et al., 2011). Selain itu, dalam model *Fixed Effect Model* (FEM), penggunaan *dummy variables* untuk setiap individu telah membantu mengurangi masalah autokorelasi.

Secara keseluruhan, meskipun terdapat pelanggaran pada uji heteroskedastisitas dan autokorelasi, model *Fixed Effect Model* (FEM) tetap dapat digunakan karena kelemahan tersebut dapat ditoleransi dalam

analisis data panel dengan periode waktu pendek (3 tahun) dan jumlah cross-section yang cukup besar (26 perusahaan).

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil estimasi model *Fixed Effect Model* (FEM) yang terpilih, dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial (uji t) maupun simultan (uji F), serta mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (koefisien determinasi).

Tabel 10. Hasil Estimasi Model Fixed Effect Model (FEM)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1771.454	917.0323	1.931725	0.0591
X1	0.171343	0.007956	21.53613	0.0000
X2	-63.45813	32.31974	-1.963448	0.0552

Sumber: Output EViews 13, 2026

Berdasarkan hasil estimasi tersebut, persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$PBV = 1771,454 + 0,171343 ROA - 63,45813 Firm Size + \varepsilon$$

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan: jika nilai probabilitas < 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

a. Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Hipotesis yang diajukan:

- H_0 : ROA tidak berpengaruh terhadap PBV
- H_1 : ROA berpengaruh positif terhadap PBV

Berdasarkan Tabel 10, variabel ROA memiliki nilai koefisien 0,171343 dengan nilai probabilitas 0,0000. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulannya, profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor makanan dan minuman periode 2022-2024. Nilai koefisien positif (0,171343) menunjukkan bahwa setiap peningkatan ROA sebesar 1 satuan akan meningkatkan PBV sebesar 0,171343 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

b. Pengaruh Firm Size terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Hipotesis yang diajukan:

- H_0 : *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap PBV
- H_1 : *Firm Size* berpengaruh positif terhadap PBV

Berdasarkan Tabel 10, variabel Firm Size memiliki nilai koefisien -63,45813 dengan nilai probabilitas 0,0552. Karena nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Kesimpulannya, ukuran perusahaan (firm size) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor makanan dan minuman periode 2022-2024.

Nilai koefisien negatif (-63,45813) menunjukkan adanya hubungan negatif, namun karena tidak signifikan secara statistik ($p > 0,05$), hubungan tersebut tidak dapat digeneralisasikan ke populasi.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan: jika nilai probabilitas F-statistic < 0,05 maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji Kelayakan Model

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.996916	Mean dependent var	106.5982
Adjusted R-squared	0.995250	S.D. dependent var	531.5572
S.E. of regression	36.63357	Akaike info criterion	10.31307
Sum squared resid	67100.93	Schwarz criterion	11.15907
Log likelihood	-374.2097	Hannan-Quinn criter.	10.65174
F-statistic	598.5866	Durbin-Watson stat	3.144159
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output EViews 13, 2026

Berdasarkan Tabel 11, nilai F-statistic adalah 598,5866 dengan nilai probabilitas 0,000000. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (ROA) dan firm size secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, semakin mendekati 1 maka semakin baik model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Berdasarkan Tabel 10, nilai R-squared adalah 0,996916 atau 99,69%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

independen (profitabilitas dan firm size) mampu menjelaskan variasi variabel dependen (nilai perusahaan) sebesar 99,69%, sedangkan sisanya sebesar 0,31% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Nilai Adjusted R squared sebesar 0,995250 juga mengkonfirmasi bahwa model sangat baik dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan, bahkan setelah memperhitungkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Hasil penelitian membuktikan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor makanan dan minuman periode 2022-2024 (koefisien 0,171343; prob. 0,0000).

Temuan ini mendukung Teori Sinyal (Ross, 1977; Spence, 1973) bahwa laba yang tinggi merupakan sinyal positif bagi investor. Semakin besar laba yang dihasilkan, semakin percaya investor terhadap prospek perusahaan, sehingga harga saham dan nilai perusahaan meningkat (Chakraborty & Maruf, 2023). Hasil ini juga sejalan dengan Teori Keagenan (Jensen & Meckling, 1976) bahwa profitabilitas menjadi alat monitoring kinerja manajemen yang meningkatkan kepercayaan pemilik (Astutik et al., 2024).

Penelitian ini konsisten dengan temuan (Sylvia & Santioso, 2025), (Kanika & Arief, 2026), (Mahanani & Kartika, 2022), serta (Prasetyo & Hermawan, 2023) yang juga menemukan pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Firm Size terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (prob. 0,0552 > 0,05).

Ketidaksignifikanan ini disebabkan oleh tiga faktor. Pertama, periode 2022-2024 adalah masa pemulihan ekonomi pasca pandemi, investor lebih fokus pada profitabilitas daripada ukuran perusahaan. Kedua, sektor makanan dan minuman memiliki persaingan tinggi; perusahaan kecil yang inovatif dapat bersaing dengan perusahaan besar. Ketiga, beberapa perusahaan besar justru memiliki profitabilitas rendah karena inefisiensi operasional.

Hasil ini bertentangan dengan Teori Sinyal yang menyatakan ukuran besar seharusnya menjadi sinyal positif. Namun pada periode pemulihan ekonomi, sinyal profitabilitas lebih kuat dibandingkan sinyal ukuran perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan (Sylvia & Santoso, 2025) dan (Kanika & Arief, 2026), namun berbeda dengan (Jessica et al., 2023) yang menemukan pengaruh signifikan. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan periode waktu penelitian.

Pengaruh Simultan Profitabilitas dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian membuktikan bahwa profitabilitas dan *firm size* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (prob. F-statistic 0,0000). Nilai R-squared 99,69% menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan hampir seluruh variasi nilai perusahaan, hanya 0,31% dijelaskan variabel lain di luar model.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV), sedangkan ukuran perusahaan (*firm size*) yang diproksikan dengan logaritma natural total aset tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) memiliki koefisien regresi sebesar 0,171343 dengan nilai probabilitas 0,0000 (< 0,05) sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima, yang berarti semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan dari aset yang dimiliki, semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor. Sementara itu, ukuran perusahaan (*firm size*) memiliki koefisien regresi sebesar -63,45813 dengan nilai probabilitas 0,0552 (> 0,05) sehingga hipotesis kedua (H_2) ditolak, yang berarti besar kecilnya skala operasional perusahaan tidak menjadi pertimbangan utama investor pada periode pemulihan ekonomi pasca pandemi. Secara simultan, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai probabilitas F-statistic sebesar 0,0000 (< 0,05) sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Nilai koefisien determinasi (R-squared) sebesar 0,996916 atau 99,69% menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 99,69%, sedangkan sisanya sebesar 0,31% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

SARAN DAN IMPLIKASI

1. Bagi Akademisi: Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Disarankan untuk memperpanjang periode pengamatan, menambahkan variabel lain seperti leverage dan likuiditas, serta membandingkan antar sektor.
2. Bagi Perusahaan: Manajemen sebaiknya fokus pada peningkatan efisiensi operasional (ROA) karena profitabilitas merupakan faktor utama yang diperhatikan investor. Ekspansi aset tanpa diimbangi laba yang baik berisiko menurunkan nilai perusahaan.

REFERENSI

- Ajija, S. R., Sari, D. W., Setianto, R. H., & Primanti, M. R. (2011). Cara Cerdas Menguasai EViews. In *Cara Cerdas Menguasai EViews* (42–52). Salemba Empat.
- Alexsandro, M. (2025). *PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP FIRM VALUE YANG TERDAFTAR DI BEI PADA TAHUN (2022-2024) PADA SEKTOR KONSUMEN CYCLICAL*. 1–23.
- Astutik, D., Aditya, G., Sudarman, S., Mindrawti, D. N., & Krinawati, H. (2024). Agency Theory in Measuring Company Performance From the Perspective of Sharia Issuers . *International Journal of Entrepreneurship and Management*, Vol.1, No.3, 280–291.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Chakraborty, B., & Maruf, Md. Y. H. (2023). *ARE LIQUIDITY, DIVIDEND POLICY, LEVERAGE, AND PROFITABILITY THE DETERMINANTS OF FIRM VALUE: EVIDENCE FROM THE LISTED FIRMS?* *volume* 12, *issue* 1. file:///C:/Users/asus/Downloads/ARE_LIQUIDITY_DIVIDEND_POLICY_LEVERAGE_AND_PROFITABILITY.pdf
- Darmawan, A., & Isyнуwardhana, D. (2022). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 145–158.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532. <https://doi.org/10.2307/258557>
- Fadillah, B., Harimurti, F., & Sarwono, A. E. (2025). The Influence of Capital Structure and Profitability on Firm Value. *Golden Ratio of Data in Summary*, 5(3), 573–580. <https://doi.org/10.52970/grdis.v5i3.1251>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2022). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika : Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10* (1st ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic econometrics* (4th ed.). McGraw-Hill.

- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2018). *Analisis Laporan Keuangan* (5th ed.). UPP STIM YKPN.
- Indana, D., & Pangestuti, I. R. D. (2024). *PERAN FIRM SIZE DALAM MEMODERASI PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE, DAN ESG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Non-Kuangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2022)*.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*.
- Jessica, Beny, Wahyudi, A. S., & Gulo, Y. (2023). The internal factors affecting firm value in food and beverages subsector on Indonesia Stock Exchange. *E-Jurnal Manajemen TSM (Trisakti School of Management)*, Vol. 3, No. 4, 229–238.
- Kanika, K. E., & Arief, R. (2026). The Effect of Profitability, Leverage, and Company Size on Company Value: Empirical Study on Manufacturing Companies in the Food and Beverage Subsector Listed on the Indonesia Stock Exchange. *ECODIG (Economics and Digital Business Journal)*, Vol. 3 No. 1.
- Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan* (12th ed.).
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, Volume 5, Number 1, 1–13.
- Margono, F. P., & Gantino, R. (2021). *the influence of firm size, leverage, profitability, and dividend policy on firm value of companies in indonesia stock exchange*. file:///C:/Users/asus/Downloads/INFLUENCE_OF_FIRM_SIZE_LEVERAGE_PROFITABILITY_AND_.pdf
- Prasetyo, D. W., & Hermawan, A. (2023). Kepemimpinan Transformasional terhadap Komitmen dan Niat Berpindah Pada Perusahaan Konstruksi Syariah. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.969>
- Pratiwi, J. G., & Albertus, R. H. (2023). *PENGARUH CURRENT RATIO, RETURN ON ASSETS DAN TOTAL ASSETS TURNOVER TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Sektor Healthcare Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)*. Vol.21, No.1.
- Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure: the incentive-signalling approach. *The Bell Journal of Economics*, 8(1), 23–40.
- Salvatore, D. (2020). *Managerial Economics in a Global Economy* (9th ed.). Oxford University Press.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Sudana, I. M. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik* (Edisi 2).

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Analisis Laporan Keuangan: Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi ; Pendekatan Kuantitatif* . Pustaka Baru Press.
- Suprpto, S. A. A. (2025). *Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023*. <https://repository.upnjatim.ac.id/39833/>
- Sylvia, S., & Santioso, L. (2025). UNVEILING FACTORS AFFECTING FIRM VALUE OF FOOD AND BEVERAGE COMPANIES LISTED IN INDONESIA STOCK EXCHANGE. *International Journal of Application on Economics and Business*, 3(2), 903–914. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v3i2.903-914>
- Verbeek, M. (2000). *A Guide to Modern Econometrics*. John Wiley & Sons.
- Wibisono, D. (2005). *Metode Penelitian & Analisis Data*. Salemba Medika.