

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Rania Almira Larinda¹, Siti Sundari²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

almiralarindar@gmail.com¹, sitisundari.ak@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to examine and verify the influence of profitability, liquidity, and firm size on the firm value of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The study population consists of 130 food and beverage companies as of December 31, 2024. A sample of 23 companies was selected using a purposive sampling technique based on specific criteria. Secondary data—specifically company annual reports—were utilized, with data collected through documentation methods. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS software. The study results indicate that: (1) profitability contributes to an increase in firm value, as evidenced by the t-test result ($p\text{-value } 0.001 < 0.05$); (2) liquidity contributes to an increase in firm value, as evidenced by the t-test result ($p\text{-value } 0.014 > 0.05$); and (3) firm size contributes to an increase in firm value, as evidenced by the t-test result ($p\text{-value } 0.000 < 0.05$).

Keywords: Profitability, Liquidity, Firm Size

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menguji dan membuktikan pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman sejumlah 130 perusahaan per 31 desember 2024. Sampel penelitian sejumlah 23 perusahaan diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Jenis data yang dipergunakan adalah data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan dengan menggunakan metode pengumpulan data dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa: (1) profitabilitas berkontribusi terhadap meningkatnya nilai perusahaan hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis t dengan nilai $0,001 < 0,05$. (2) likuiditas berkontribusi terhadap meningkatnya nilai perusahaan hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis t dengan nilai $0,014 > 0,05$. (3) ukuran perusahaan berkontribusi terhadap meningkatnya nilai perusahaan hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis t dengan nilai $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan untuk mampu beradaptasi dan meningkatkan kinerja secara berkelanjutan. Kondisi ini sangat terasa pada perusahaan manufaktur yang

menghadapi persaingan ketat baik dari dalam maupun luar negeri. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, perusahaan dituntut untuk tidak hanya mempertahankan kinerjanya, tetapi juga mendorong peningkatan nilai perusahaan sebagai wujud dari keberhasilan strategi bisnis yang diterapkan. Nilai perusahaan menjadi representasi penting yang mencerminkan kondisi keuangan, posisi perusahaan di pasar, serta prospek pertumbuhan di masa mendatang. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan parameter utama dalam menilai sejauh mana perusahaan mampu memberikan keuntungan dan menghadirkan tingkat pengembalian investasi yang menarik.

Salah satu sektor manufaktur yang menunjukkan perkembangan positif adalah sektor perusahaan Consumer Non-Cyclicals (food and beverages). Sektor ini memiliki peran strategis karena berhubungan langsung dengan pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat dan memiliki pasar yang relatif stabil. Berdasarkan penelitian Pratama (2024), Menteri Perindustrian menyampaikan bahwa kendati perekonomian global sempat melemah akibat pandemi dan ketidakpastian ekonomi, industri makanan dan minuman di Indonesia tetap mampu mencatat pertumbuhan yang kuat. Pada triwulan III tahun 2022, sektor ini mencatat pertumbuhan tahunan sebesar 3,57% dan memberikan kontribusi sebesar 38,69% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas.

Salah satu indikator yang banyak digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah Price to Book Value (PBV), yaitu rasio antara harga pasar saham dan nilai buku perusahaan. Rasio PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian positif terhadap prospek perusahaan. Berdasarkan data yang diambil dan diolah dari Bursa Efek Indonesia, rata-rata nilai PBV pada perusahaan Consumer Non-Cyclicals (makanan dan minuman) periode 2020-2024 cenderung mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020 rata-rata PBV tercatat sebesar 2,95, kemudian mengalami kenaikan menjadi 3,24 pada tahun 2021 yang dikaitkan dengan banyaknya stimulus yang dikeluarkan pemerintah untuk menanggulangi Covid-19 melalui diskon pembayaran pajak (Husman, 2024). Selanjutnya rata-rata PBV mengalami penurunan menjadi 2,67 pada tahun 2022, sejalan dengan penurunan daya beli masyarakat yang belum pulih akibat wabah Covid-19 (Puspita, 2024). Pada tahun 2023 sampai 2024, tren konsumsi masyarakat mulai pulih sehingga rata-rata PBV perusahaan kembali mengalami kenaikan.

Menurut Silvia Indrarini dalam Iriyanti et al. (2022), nilai perusahaan merupakan persepsi dari para investor terhadap seberapa baik manajer dalam mengelola sumber daya milik perusahaan yang dipercayakan kepadanya, dan berhubungan dengan harga saham. Menurut Rosida & Sundari (2021), nilai perusahaan (firm value) merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan; apabila nilai perusahaan setiap tahunnya mengalami peningkatan, maka di mata investor perusahaan tersebut dinilai mampu bertahan di era globalisasi karena berhasil mengelola usahanya. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar keuntungan bagi pemegang saham (Suwardika & Mustanda, 2017).

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya (Puspita, 2024). Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, hal tersebut menggambarkan bahwa perusahaan mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan positif dari investor dan meningkatkan harga saham. Penelitian dari Tanggo & Taqwa (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Tarima et al. (2024) menemukan bahwa profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return on Assets (ROA), yang menggambarkan seberapa besar tingkat pengembalian investasi yang dihasilkan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimilikinya.

Likuiditas juga tidak kalah penting dalam menentukan nilai perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas tinggi dipandang mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya sehingga menimbulkan kepercayaan bagi investor terkait stabilitas finansialnya (Kasmir, 2020). Contoh nyata pengaruh faktor eksternal terhadap nilai perusahaan dapat diamati pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang mengalami penurunan harga saham secara signifikan pada awal tahun 2020 akibat pandemi Covid-19 yang menimbulkan ketidakpastian ekonomi global dan melemahnya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Hasil penelitian Meliyana Ulfa dan Lukman Effendy (2025) mengungkapkan bahwa likuiditas memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, hal serupa juga diungkapkan oleh Febi Roudlotul Mubarakah dan Hendri Soekotjo (2020).

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki. Perusahaan berskala besar umumnya memiliki struktur yang lebih stabil dan akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan seperti pasar modal, yang pada akhirnya memperbesar peluang untuk meningkatkan nilai perusahaan (Suardana et al., 2020). Hasil penelitian Dina Luthfiana Sapari (2023) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian Anisah Putri Maharani dan Galuh Tresna Murti (2024) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian Sekar Fitri Tengah Panuluh, Firdaus, Suwardi, Sherly Vera Ari Sabrina, Devanya Sonia Aulia Devi, Endah Ratnasari, dan Shafiyah Ainur Rafi'ah (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Adanya perbedaan hasil (research gap) dari berbagai penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, serta fenomena fluktuasi rata-rata PBV pada sektor makanan dan minuman, mendorong peneliti untuk mengangkat judul "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024". Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1)

apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (2) apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan; dan (3) apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021-2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari masing-masing variabel tersebut terhadap nilai perusahaan, serta diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademisi, perusahaan, dan investor dalam pengambilan keputusan.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal digunakan untuk menjelaskan kualitas laporan keuangan yang disampaikan perusahaan kepada pihak eksternal (Hakim & Hindasah, 2025; Siswanti & Ngumar, 2019). Signalling theory menjelaskan bahwa suatu perusahaan harus memberikan sinyal yang positif kepada pemegang saham, dan sinyal positif tersebut diharapkan mendapat respon positif dari pasar. Hal ini dapat menguntungkan perusahaan, karena ketika perusahaan memperoleh sinyal positif dari pasar maka perusahaan akan memperoleh nilai perusahaan yang tinggi (Febriyanti & Sulistyowati, 2021). Teori signaling menjadi pijakan penting dalam menjelaskan bagaimana informasi keuangan dapat memengaruhi nilai perusahaan, di mana data keuangan berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan pasar yang membantu mengurangi ketidakpastian dan membentuk citra positif di mata investor (Arifin, 2024; Sapna et al., 2025). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa signalling theory merupakan konsep mengenai bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan untuk memberi petunjuk kepada investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai bentuk dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun (Esana & Darmawan, 2017 dalam Butar-Butar, 2023). Tujuan manajemen keuangan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang berarti meningkatkan nilai perusahaan yang merupakan ukuran nilai objektif oleh publik dan berorientasi pada kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Putri & Ekasari (2021), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan tersebut. Menurut Mukhtaruddin et al. (2023), nilai perusahaan merupakan indikator utama kemakmuran pemilik atau pemegang saham, di mana meningkatnya harga saham menjadi indikator tingginya kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur menggunakan Price to Book Value (PBV), yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Akbar et al., 2020). PBV dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \text{Harga Pasar per Lembar Saham} / \text{Nilai Buku per Lembar Saham}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu, dan menjadi salah satu faktor yang paling penting untuk dipertimbangkan oleh pengusaha maupun investor (Mariani & Suryani, 2021). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon sinyal tersebut secara positif dan meningkatkan nilai perusahaan (Indrawanti et al., 2023). Menurut Kasmir (2021), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba, sedangkan menurut Hery (2021) profitabilitas merupakan indikator yang berguna dari kekuatan suatu perusahaan yang menghasilkan keuntungan dari kegiatan usaha yang dilakukan. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return on Assets (ROA), yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan. Semakin tinggi ROA, semakin mampu perusahaan mendayagunakan aset untuk memperoleh keuntungan. Rumus ROA yang digunakan (Tarima et al., 2024) adalah sebagai berikut:

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

Likuiditas

Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik biasanya dianggap lebih stabil dan mampu menghadapi tekanan keuangan dalam jangka pendek (Lestari & Sapari, 2021). Menurut Sukamulja (2022), likuiditas mengukur kompetensi perusahaan dalam membayar seluruh kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancarnya. Likuiditas dalam penelitian ini diproksikan dengan Current Ratio (CR). Menurut Kasmir dalam Nurhayati et al. (2021), current ratio adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendek atau kewajiban yang harus segera dibayar ketika ditagih secara penuh. Rumus CR yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$CR = \text{Aktiva Lancar} / \text{Utang Lancar}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran kemampuan finansial perusahaan pada suatu periode tertentu. Menurut Herawan (2023), ukuran perusahaan merupakan cerminan total aset yang dimiliki suatu perusahaan; semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kecenderungan investor untuk menaruh perhatian pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Ukuran perusahaan yang besar dianggap sebagai indikator yang menggambarkan tingkat risiko bagi investor, karena perusahaan dengan kemampuan finansial yang baik diyakini mampu memenuhi kewajibannya serta memberikan tingkat pengembalian yang memadai (Liana Susanto, 2021). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan logaritma natural dari total aset, dengan rumus sebagai berikut:

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

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Febi Roudlotul Mubarakah dan Hendri Soekotjo (2020) mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2014-2018 menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan, ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan, sedangkan likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Anisah Putri Maharani dan Galuh Tresna Murti (2024) pada studi kasus perusahaan sub sektor food and beverage periode 2019-2023 menemukan bahwa profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh, likuiditas (CR) berpengaruh positif, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sekar Fitri Tengah Panuluh, Firdaus, Suwardi, Sherly Vera Ari Sabrina, Devanya Sonia Aulia Devi, Endah Ratnasari, dan Shafiyah Ainur Rafi'ah (2020) meneliti pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman periode 2018-2021 dan menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan, likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Komang Santa Dwipa, Putu Kepramareni, dan Ida Ayu Nyoman Yulastuti (2020) menemukan bahwa leverage, likuiditas, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh. Dina Luthfiana Sapari (2023) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan, likuiditas tidak berpengaruh, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menurut Kasmir (2021) merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba. Profitabilitas perusahaan yang tinggi mencerminkan prospek perusahaan yang baik; semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula efisiensi dan kinerja perusahaan. Menurut signaling theory, profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif yang menunjukkan kekuatan laporan keuangan perusahaan dan pertumbuhan yang baik di masa mendatang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Komang Santa Dwipa, Putu Kepramareni, dan Ida Ayu Nyoman Yulastuti (2020), profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas adalah kemampuan lembaga atau perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya pada waktu yang tepat (Dewi & Rahyuda, 2020). Likuiditas yang tinggi akan membuat perusahaan berada dalam kondisi yang aman karena kecil kemungkinan terjadi kebangkrutan akibat tidak mampu

membayar hutang. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi mampu membayar hutang dan memberikan sinyal positif dalam menarik investor untuk berinvestasi, sehingga permintaan saham meningkat dan meningkatkan harga saham yang mencerminkan peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Meliyana Ulfa dan Lukman Effendy (2025), likuiditas terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Suardana et al. (2020), ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif. Perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi lebih stabil sehingga membuat investor tertarik untuk memiliki saham di perusahaan tersebut, yang menyebabkan naiknya harga saham perusahaan di pasar modal karena tingginya permintaan atas saham. Permintaan saham perusahaan yang meningkat dapat memacu peningkatan harga saham di pasar modal (Wulandari, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sekar Fitri Tengah Panuluh, Firdaus, Suwardi, Sherly Vera Ari Sabrina, Devanya Sonia Aulia Devi, Endah Ratnasari, dan Shafiyah Ainur Rafi'ah (2020), ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan menganalisis data atau informasi yang telah diperoleh. Metode kuantitatif dipahami sebagai pendekatan yang bersifat positivistik, digunakan untuk meneliti populasi maupun sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian dan analisis data dilakukan secara statistik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan mengenai hubungan atau pengaruh antar variabel, sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah yang bersifat konkret, empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis (Sugiyono, 2021).

Objek penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024. Variabel yang diteliti terdiri atas profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, serta nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id. Data sekunder digunakan karena data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumbernya, melainkan berupa laporan keuangan perusahaan (Andriani, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2021). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, dengan kriteria: (1) perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2021-2024; (2) perusahaan sub sektor beverages (D21) dan processed foods (D22) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2021-2024; dan (3) perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan dan telah diaudit selama periode tahun 2021-2024. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 23 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan periode pengamatan selama empat tahun, sehingga total data pengamatan berjumlah 92 data (23 perusahaan × 4 tahun).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, yang diproksikan dengan Price to Book Value (PBV). Menurut Brigham dan Houston dalam Dewi & Rahyuda (2020), PBV merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif melalui jumlah modal yang diinvestasikan. Variabel independen pertama adalah profitabilitas, yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA), yaitu perbandingan antara laba bersih dengan total aset pada akhir periode (Tarima et al., 2024). Variabel independen kedua adalah likuiditas, yang diproksikan dengan Current Ratio (CR), yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendek (Nurhayati et al., 2021). Variabel independen ketiga adalah ukuran perusahaan, yang diproksikan dengan logaritma natural total aset perusahaan (Liana Susanto, 2021).

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat statistik SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 25 (Yulianti & Sundari, 2023). Regresi linear berganda digunakan karena model regresi ini melibatkan lebih dari satu variabel independen, untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan: Y = Nilai Perusahaan; α = Konstanta; b_1 , b_2 , b_3 = Koefisien regresi Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan; X_1 = Profitabilitas; X_2 = Likuiditas; X_3 = Ukuran Perusahaan; e = Error.

Tahapan analisis data meliputi statistik deskriptif, uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2021), uji asumsi klasik yang terdiri atas uji multikolinearitas (dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor/VIF), uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, dan uji autokorelasi menggunakan

uji Durbin-Watson, serta uji hipotesis yang terdiri atas uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (Uji F), dan uji parsial (Uji t) pada tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024. Melalui teknik purposive sampling, diperoleh sampel sebanyak 23 perusahaan makanan dan minuman selama periode empat tahun penelitian, sehingga diperoleh 92 data pengamatan.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari variabel-variabel penelitian. Hasil pengolahan data dengan SPSS 25 ditunjukkan pada tabel berikut.

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
CR	92	0,13	9,42	2,0576	1,53423
ROA	92	0	0,22	0,0495	0,04134
LN (Total Aset)	92	25,61	32,01	28,5373	1,43991
PBV	92	0,19	5,10	1,3353	1,11145

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan tabel di atas, variabel Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai minimum 0,19 dan maksimum 5,10 dengan rata-rata 1,3353. Variabel Profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum 0 dan maksimum 0,22 dengan rata-rata 0,0495. Variabel Likuiditas (CR) memiliki nilai minimum 0,13 dan maksimum 9,42 dengan rata-rata 2,0576. Variabel Ukuran Perusahaan (LN Total Aset) memiliki nilai minimum 25,61 dan maksimum 32,01 dengan rata-rata 28,5373. Secara umum, nilai rata-rata pada setiap variabel lebih besar dibandingkan standar deviasinya, yang menunjukkan bahwa penyimpangan data tergolong rendah dan sebaran data cenderung merata.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Hasil pengujian menunjukkan nilai Test Statistic sebesar 0,049 dengan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2021).

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas. Hasil pengujian menunjukkan nilai tolerance untuk variabel CR sebesar 0,883 dengan VIF 1,132; ROA sebesar 0,977 dengan VIF 1,024; dan LN

sebesar 0,889 dengan VIF 1,125. Karena seluruh nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas (Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas. Pengujian menggunakan uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi variabel ROA sebesar 0,616, CR sebesar 0,210, dan LN sebesar 0,735. Karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi (Ghozali, 2018).

Uji Autokorelasi. Hasil uji Durbin-Watson (DW) menunjukkan nilai sebesar 1,797 dengan $n = 92$ dan $k = 3$, diperoleh nilai $dL = 1,5941$, $dU = 1,7285$, dan $4-dU = 2,2715$. Karena nilai DW berada di antara dU dan $4-dU$ ($1,7285 < 1,797 < 2,2715$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi penelitian ini (Ghozali, 2021).

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data regresi linear berganda dengan SPSS 25 ditunjukkan pada tabel berikut.

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,620	1,050	-	0,418	0,000
CR (Likuiditas)	0,826	0,034	0,540	0,782	0,440
ROA (Profitabilitas)	0,484	1,198	0,270	4,041	0,000
LN (Ukuran Perusahaan)	0,742	0,036	0,275	3,924	0,000

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,620 + 0,484 X_1 + 0,826 X_2 + 0,742 X_3$$

Nilai konstanta sebesar 0,620 menunjukkan bahwa apabila profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan bernilai nol, maka nilai perusahaan (PBV) sebesar 0,620. Koefisien regresi profitabilitas sebesar 0,484 bertanda positif, artinya setiap kenaikan satu satuan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,484 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi likuiditas sebesar 0,826 dan koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,742, keduanya menunjukkan hubungan yang searah dengan nilai perusahaan, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2). Hasil pengujian menunjukkan nilai R Square sebesar 0,739 atau 73,9%. Hal ini berarti 73,9% variasi naik turunnya nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi profitabilitas, likuiditas, dan ukuran

perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 26,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F). Hasil uji Goodness of Fit (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini layak (fit) digunakan untuk memprediksi pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara simultan.

Uji Parsial (Uji t). Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (ROA) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001, lebih kecil dari 0,05, sehingga profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel Likuiditas (CR) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,014, lebih kecil dari 0,05, sehingga likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel Ukuran Perusahaan (LN) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05, sehingga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS 25, profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan rasio PBV. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001, lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dinyatakan diterima. Hasil ini sejalan dengan teori Kasmir (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan yang tinggi mencerminkan prospek perusahaan yang baik, serta didukung oleh pandangan Hery (2021) bahwa profitabilitas merupakan indikator kekuatan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Temuan ini juga sejalan dengan signaling theory, di mana profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif mengenai kekuatan laporan keuangan dan prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Anisah Putri Maharani dan Galuh Tresna Murti (2024), yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh jumlah saham yang beredar dan minat pasar terhadap saham tersebut. Namun, temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Febi Roudlotul Mubarakah dan Hendri Soekotjo (2020) yang menemukan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka akan meningkatkan nilai perusahaan, khususnya yang diukur dengan rasio PBV.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif, dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan

nilai signifikansi sebesar 0,014, lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis kedua (H2) dinyatakan diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat likuiditas yang tinggi belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya aset lancar yang dimiliki perusahaan justru dapat mengindikasikan adanya dana yang belum dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan produktif, sehingga tidak memberikan kontribusi yang berarti terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan pandangan Lestari & Sapari (2021) maupun Dewi & Rahyuda (2020) yang menyatakan bahwa likuiditas yang tinggi membuat perusahaan berada dalam kondisi aman dan memberikan sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi. Namun, temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Sekar Fitri Tengah Panuluh, Firdaus, Suwardi, Sherly Vera Ari Sabrina, Devanya Sonia Aulia Devi, Endah Ratnasari, dan Shafiyah Ainur Rafi'ah (2020), serta sejalan dengan temuan Herman Jelatu, Maria Lili, Karlinda Inta, dan Alfonsius Nceong (2024) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat likuiditas suatu perusahaan justru dapat mengurangi nilai perusahaan yang diukur dengan rasio PBV.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis ketiga (H3) dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan yang diukur melalui total aset, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan dengan aset besar dinilai lebih stabil, memiliki kemampuan operasional yang lebih baik, serta lebih mudah memperoleh kepercayaan investor sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Herawan (2023) bahwa ukuran perusahaan mencerminkan total aset yang dimiliki, di mana semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dina Luthfiana Sapari (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun tidak sejalan dengan penelitian Herman Jelatu, Maria Lili, Karlinda Inta, dan Alfonsius Nceong (2024) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian data mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor karena perusahaan yang mampu memperoleh keuntungan secara optimal dinilai memiliki prospek yang baik.

(2) Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Tingkat likuiditas yang tinggi belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan karena tingginya aset lancar dapat mengindikasikan dana yang belum dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan produktif. (3) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan yang diukur melalui total aset, semakin tinggi pula nilai perusahaan karena perusahaan dengan aset besar dinilai lebih stabil dan lebih mudah memperoleh kepercayaan investor.

Saran

Investor disarankan untuk memperhatikan tingkat profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, serta memanfaatkan informasi yang disediakan oleh Bursa Efek Indonesia terkait kondisi perusahaan-perusahaan yang terdaftar.

Perusahaan disarankan untuk meningkatkan pengelolaan likuiditas, misalnya dengan mengoptimalkan struktur jatuh tempo aset dan liabilitas serta melakukan diversifikasi sumber pendanaan, agar aset lancar yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara lebih produktif dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Peneliti berikutnya yang tertarik melakukan penelitian sejenis disarankan untuk memperluas kriteria sampel dan populasi penelitian agar diperoleh hasil yang lebih maksimal dan bervariasi terhadap nilai perusahaan, serta dapat menambahkan variabel lain di luar model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F. (2021). Pengambilan Keputusan Investasi Saham Dengan Menggunakan Analisis Fundamental Internal Melalui Pendekatan Price Earning Ratio (Studi Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponennya Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia).
- Bitasari, I., Puspita, E., & Astuti, P. (2024). Pengaruh roa, der, cr dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di bej. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 191-204.
- Budiasni, N. W. N., Ayuni, N. M. S., & Eliasih, D. K. (2021). Analisis Profitabilitas Lembaga Perkreditan Desa Berdasarkan Cash Turnover, Credit Turnover Dan Receivable Turnover. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 6(2), 53-62.
- Butar-Butar, D. T. M. (2023). Pengaruh Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasikan Dengan Kualitas Audit. *Jurnal Akuntansi*, 17(2), 224-234.
- Dewi, E. R. K. R., & Trisnawati, R. (2021). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Intensitas Aset Tetap, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *University Research Colloquium*, 393-405.
- Fajar, C. M., Consa, A. S., & Mulyanti, D. (2023). Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Financia*, 4(2), 55-65. <https://doi.org/10.51977/financia.v4i2.1224>

- Firdaus, I., & Kasmir, A. N. (2021). Pengaruh price earning (PER), earning per share (EPS), debt to equity ratio (DER) terhadap harga saham. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 40-57.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Universitas Diponegoro.
- Herawan, F., & Dewi, S. P. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 137-145.
- Kasmir. (2020). Analisis Laporan Keuangan (Cetakan ke-5). Jakarta: Rajawali Pers.
- Koto, I., Hanifah, I., Perdana, S., Tarmizi, & Nadirah, I. (2023). Perlindungan Hukum Atas Kekayaan Intelektual Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Yuridis*, 10(2), 66-73. <https://doi.org/10.35586/jjur.v10i2.7142>
- Mulya, A. A., Leo, V. F., & Anggaraini, T. (2024). Analisis kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola Perusahaan (JAKPT)*, 1(4), 562-575. <https://doi.org/10.70178/icbrj.v2i3.72>
- Mukhtaruddin, M., Adam, M., Isnurhadi, I., & Fuadah, L. L. (2023). Financial Policy and Firm's Value: Pancasila Corporate Governance Disclosure as Moderating Variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 7(2), 307-316.
- Puteri, H. E. (2023). Keterkaitan keputusan keuangan dan nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index: Periode analisis 2017-2021. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 6(2), 372-384.
- Putri, E., Pratama, R. D., & Akbar, A. M. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Dasar Investasi. *Financial and Accounting Indonesian Research*, 2(1), 1-11.
- Septiani, M., & Wulandari, E. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Struktur Modal. *JAR: Journal of International Accounting Research*, 1(02), 58-68.
- Simangunsong, B. S., & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 796-803. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1478>
- Sugiyono, S. (2021). The evaluation of facilities and infrastructure standards achievement of vocational high school in the Special Region of Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 25(2), 207-217.
- Yulianti, A. K., & Sundari, S. (2023). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 6(2), 241. <https://doi.org/10.32662/gaj.v6i2.3166>
- Zain, L. A., & Sari, B. (2024). Pengaruh kebijakan hutang, profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 9 (2026) 4119 – 4133 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i9.13007

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Manajemen, 11(2), 28-37.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.693>