

Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI 2022-2025

**Qinayya Alimmazan, Ngurah Pandji Mertha Agung Durya,
Wikan Isthika, Purwantoro**

Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia

212202204715@mhs.dinus.ac.id, ngurahdurya@dosen.dinus.ac.id,

wikan.isthika@dsn.dinus.ac.id, purwantoro@dsn.dinus.ac.id

ABSTRACT.

Firm value serves as a crucial benchmark reflecting the market's assessment of management's success. This study aims to examine the impact of leverage, profitability, firm size, firm growth, and independent commissioners on the firm value of companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2025 period. Employing a quantitative approach using secondary data and purposive sampling, the study yielded 228 observations from 73 companies after excluding 16 outliers. Data analysis was conducted using multiple linear regression via SPSS. The results indicate that leverage has a positive and significant effect on firm value, whereas profitability, firm size, firm growth, and independent commissioners do not have a significant effect. Nevertheless, the five variables collectively exert a significant influence on firm value, accounting for 20.3% of the variance. These findings suggest that leverage—specifically through debt management—is the primary factor considered by investors, outweighing other performance and governance indicators.

Keywords: *Leverage, Profitability, Firm Size, Firm Growth, Independent Commissioners, Firm Value*

ABSTRAK.

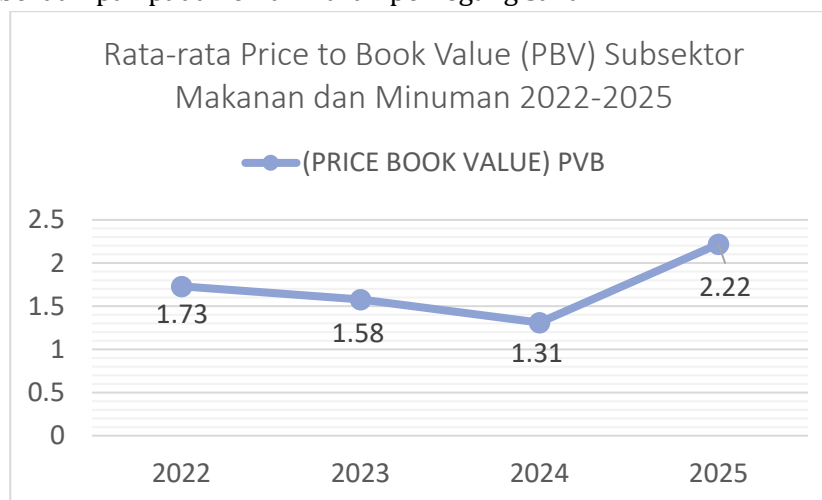
Nilai perusahaan menjadi tolok ukur penting yang menggambarkan penilaian pasar terhadap keberhasilan manajemen. Riset ini bermaksud meneliti pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2025. Riset ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder dan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 228 data observasi dari 73 perusahaan sesudah dikeluarkan 16 perusahaan *outlier*. Data dianalisis memakai regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil riset memperlihatkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan. Walaupun demikian, secara simultan kelima variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan partisipasi sebesar 20,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa *leverage* melalui pengelolaan utang menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dibandingkan indikator kinerja dan tata kelola lainnya.

Kata kunci: *Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Komisaris Independen, Nilai Perusahaan*

PENDAHULUAN

Harga saham merupakan representasi penilaian pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan kemakmuran bagi pemegang sahamnya. Sejalan dengan *teori sinyal*, perusahaan berupaya menyampaikan informasi keuangannya kepada investor dengan tujuan memengaruhi persepsi investor tentang nilai dan kualitas perusahaan, serta memengaruhi harga saham (Qotimah et al., 2023). Dalam lingkup industri manufaktur di Indonesia, subsektor makanan dan minuman memegang peran krusial dengan andil sebesar 37,77% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sektor manufaktur, sehingga optimalisasi nilai Perusahaan di subsector ini penting untuk meningkatkan daya tarik investasi, menjaga stabilitas pasar modal, dan mendukung keberlanjutan industri (Perindustrian, 2022).

Nilai perusahaan menjadi tolak ukur krusial penting menggambarkan sejauh mana investor menilai keberhasilan manajemen dalam menjalankan perusahaan. Menurut Indah (2025) menyatakan bahwa nilai perusahaan sebagai tolak ukur dalam membantu investor dalam mengkalkulasi potensi perkembangan perusahaan ke depan yang berdampak pada kemakmuran pemegang saham.



Gambar 1. Rata-rata Price to Book Value (PBV) Subsektor Makanan dan Minuman yang tercatat di BEI 2022-2025

Sumber : www.idx.co.id/id Data Diolah (2026)

Berlandaskan data yang didapat melalui BEI (Bursa Efek Indonesia, 2022) membuktikan bahwa *Price to Book Value* (PBV) yang cenderung tidak stabil. Tercatat sebesar 1,73 pada tahun 2022, mengalami penurunan menjadi 1,58 pada tahun 2023, meraih titik terendah 1,31 pada tahun 2024, kemudian melonjak menjadi 2,22 pada tahun 2025 Berdasarkan data yang didapat, disimpulkan bahwasanya pada tahun 2022 hingga 2025 mengindikasikan melemahnya kepercayaan investor terhadap perusahaan subsektor makanan dan minuman, sebab nilai PBV yang rendah mencerminkan penilaian pasar yang negatif terhadap prospek dan kinerja perusahaan (Salim & Setyawan, 2025). Berbagai aspek, termasuk *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan komisaris independen memengaruhi nilai perusahaan.

Sebagian dari aspek yang memengaruhi nilai perusahaan ialah *leverage*, yang merujuk pada pemakaian utang sebagai sumber pendanaan dalam pembiayaan investasi atau proyek perusahaan. Menurut riset Pangestika & Sunarto (2025) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh, dengan menggunakan utang secara efisien, perusahaan dapat meningkatkan kapasitas investasinya dan potensi keuntungan, sehingga berdampak positif kepada peningkatan nilai perusahaan. Sejalan oleh penelitian Anggita (2022) dan Pangestika & Sunarto (2025) mengindikasikan bahwa tingkat *leverage* berdampak kepada nilai perusahaan. Namun, temuan tersebut tidak sesuai hasil temuan Amelia & Meidiyustiani, (2024) dan (Indriaty et al., 2024).

Aspek selanjutnya yaitu profitabilitas yang merupakan indikator yang mengkalkulasi kapasitas perusahaan untuk mendapatkan manfaat dari operasional sekaligus merefleksikan efisiensi kinerja manajemen untuk pemanfaatan sumber daya perusahaan. Menurut Fitria & Bintara (2023) tingkat profitabilitas yang semakin optimal diperoleh, memberi sinyal perusahaan yang positif kepada pemodal terkait kinerja sebuah perusahaan. Hasil riset sebelumnya Anindia et al (2025) dan Renda (2024) memperlihatkan bahwasanya profitabilitas berdampak keapda nilai perusahaan. Namun, temuan Siti et al (2025) dan Yusmita et al (2023) profitabilitaas tidak berdampak kepada nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dimaknai sebagai parameter kekuatan perusahaan yang dilihat melalui tingkat pendapatan dan aset yang dimiliki (Aditomo & Meidiyustiani, 2023). Perusahaan berskala besar biasanya memiliki kesempatan lebih besar untuk memperoleh pendanaan, menghadapi risiko kebangkrutan yang lebih kecil, serta mendapatkan tingkat keyakinan investor yang meningkat. Penelitian oleh Dina & Wahyuningtyas (2022) dan Rasti & Nugraeni (2026) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusashaan. Namun temuan Sunarya & Riduwan (2024) dan Budi & Maryono (2022) berbanding terbalik bahwasanya ukuran perusahaan tidak berdampak kepada nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan adalah aspek tarakhir dipenelitian ini yang mampu memengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan erat kaitannya dengan aset, sebagai bagian dari sumber daya perusahaan, aset digunakan untuk memfasilitasi operasional perusahaan (Kammagi & Veny, 2023). Bagi investor, pertumbuhan perusahaan ialah sinyal positif yang memperlihatkan adanya strategi jangka panjang yang kuat. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan umumnya ditandai dengan peningkatan aktivitas usaha yang sejalan dengan perubahan nilai perusahaan guna mempertahankan keberlangsungan usaha (Riani & Setyabudi, 2024). Hasil penelitian Aditomo & Meidiyustiani (2023) dan Dodi & Hendri (2025) menyatakan pertumbuhan perusahaan berdampak kepada nilai perusahaan. Sementara temuan Lolita & Rahmaita (2025) serta Melisa et al (2025) berbanding terbalik, menyatakan bahwasanya pertumbuhan perusahaan tidak berdampak kepada nilai perusahaan.

Selain faktor-faktor keuangan, mekanisme tata kelola perusahaan (*corporate governance*) khususnya peran komisaris independent. Komisaris independen

bertugas mengawasi manajemen secara objektif, memberikan arahan, serta tidak memiliki hubungan bisnis. Semakin tinggi proporsi komisaris independen, semakin baik pengawasan dan koordinasi, sehingga laporan keuangan lebih berkualitas. Hal ini pada akhirnya meningkatnya keyakinan para pemodal serta memberikan nilai tambah bagi korporasi (Ain et al., 2025). Pandangan ini searah dengan hasil riset Sari & Bakkareng (2025) dan Rahmasari & Sari (2024) yang membuktikan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan hasil riset Asyari & Samosir (2023) serta Kenny (2022) yang membuktikan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penulis menggunakan sintesa jurnal penelitian sebelumnya dari Elinda & Lintang Kurniawati (2025) dan (Sari & Bakkareng, 2025) untuk menjembatani gap dalam penelitian. Dengan demikian, studi ini menganalisis *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2022-2025. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, sekaligus menjadi referensi bagi manajemen perusahaan dan investor.

Studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan. Hasil studi ini diharapkan memberi manfaat bagi pemodal sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, bagi manajemen perusahaan sebagai acuan dalam menyusun kebijakan keuangan yang optimal, serta bagi akademisi sebagai referensi dan kontribusi ilmiah dalam pengembangan riset selanjutnya di bidang manajemen keuangan.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Sinyal

Menurut (Ghozali, 2020) teori sinyal awal mulanya dikembangkan Spence 1973 memaparkan bagaimana perusahaan mengomunikasikan pemberian data informasi kepada pihak luar di tengah kondisi asimetri informasi yang terjadi dikarenakan pihak internal perusahaan, mencakup manajer beserta direksi, mempunyai akses informasi yang jauh lebih baik perihal keadaan beserta prospek perusahaan dikomparasikan investor maupun kreditor. Untuk mengurangi kesenjangan ini, manajemen menyampaikan berbagai sinyal melalui kebijakan keuangan seperti pengungkapan laporan keuangan.

Pada konteks penelitian ini, teori sinyal dipergunakan memaparkan bagaimana informasi keuangan yang diungkapkan perusahaan, khususnya melalui variabel *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, beserta pertumbuhan perusahaan, dapat berdampak persepsi pemodal terhadap nilai perusahaan. Tingginya tingkat profitabilitas menunjukkan indikasi yang baik atas keahlian perusahaan mendapatkan laba secara efisien. Perusahaan yang besar mencerminkan stabilitas dan kapasitas sumber daya yang memadai. Pertumbuhan perusahaan

menyampaikan sinyal tentang prospek pengembangan usaha yang menjanjikan di masa depan, sementara *leverage* yang terkendali menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola risiko pendanaan. (Sunarya & Riduwan, 2024) menjelaskan apabila perusahaan mampu memberikan sinyal yang positif, menunjukkan bahwasanya nilai perusahaan berada pada keadaan yang baik sehingga berpotensi mendorong peningkatan harga saham.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut (Himmah et al., 2025) diartikan sebagai nilai yang mencerminkan harga jual suatu perusahaan sebagai entitas bisnis yang sedang berjalan. (Vitriani et al., 2024) memaparkan bahwasanya nilai perusahaan menunjukkan cara pandang investor terhadap kinerja perusahaan yang diketahui dari harga saham yang mencerminkan penilaian sekumpulan para investor kepada kinerja dan prospek entitas, sehingga tingginya nilai perusahaan tergambar kepada tingginya harga saham. Peningkatan ini sejalan dengan meningkatnya nilai perusahaan dikarenakan pasar memberi apresiasi positif terhadap kinerja perusahaan. Sebaliknya, penurunan harga saham menandakan berkurangnya investor terhadap potensi perusahaan untuk meraih laba di masa depan (Rasti & Nugraeni, 2026).

Leverage

Leverage ialah rasio yang memperlihatkan seberapa jauh perusahaan memanfaatkan utang pada struktur modalnya guna mendanai aset serta operasional. Pengelolaan *leverage* yang tepat mampu menambah nilai perusahaan dengan memberikan akses yang lebih luas ke sumber pendanaan eksternal untuk ekspansi bisnis dan investasi kepada proyek yang menguntungkan (Ramadhani et al., 2024). Dengan memanfaatkan utang, perusahaan dapat memperluas skala bisnisnya dan meningkatkan kapasitas produksi lebih cepat dibandingkan jika hanya mengandalkan modal sendiri, sehingga mampu memberikan laba yang lebih besar sehingga meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (Dina & Wahyuningtyas, 2022). Kemudian *leverage* memberi sinyal pasar bahwasanya perusahaan berkemampuan untuk memperoleh pinjaman dari kreditor, yang menunjukkan kepercayaan pihak eksternal kepada prospek dan kinerja perusahaan masa mendatang (Vitriani et al., 2024).

Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kemampuan inti entitas meraih keuntungan dari seluruh kegiatan bisnisnya, menjadi satu diantara beberapa tolok ukur utama yang dilihat investor untuk mengevaluasi kinerja dan efektivitas manajemen. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan perusahaan mengandalkan sumber daya yang ada dengan optimal guna mendapatkan laba sebesar mungkin, sehingga menumbuhkan kepercayaan investor bahwa investasi akan memberi imbal hasil yang menguntungkan masa mendatang (Ramadhani et al., 2024). Pada konteks pasar modal, profitabilitas yang konsisten dan meningkat dari waktu ke waktu

meningkatkan ketertarikan pemodal untuk membeli saham perusahaan, maka mendorong peningkatan harga saham akibatnya mengangkat nilai total perusahaan (Indah, 2025).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah tingkatan yang memperlihatkan ukuran perusahaan dapat ditentukan sesuai jumlah aset yang dimilikinya (Anindia et al., 2025). Perusahaan berskala besar biasanya memiliki kemudahan lebih mendapatkan akses terhadap sumber pendanaan dari eksternal, baik mengambil pinjaman maupun melalui penerbitan saham dikarenakan dianggap mempunyai kredibilitas yang lebih tinggi serta lebih rendah dikomparasikan perusahaan kecil, sehingga mampu menggunakan peluang investasi yang menguntungkan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Aditomo & Meidiyustiani, 2023). Kemudian perusahaan besar secara umum mempunyai operasional yang lebih stabil, diversifikasi bisnis yang lebih baik, dan sistem manajemen yang lebih profesional, yang memberikan kepercayaan lebih kepada investor bahwa perusahaan bertahan pada keadaan ekonomi yang tidak menentu (Rasti & Nugraeni, 2026).

Pertumbuhan Perusahaan

Menurut (Aditomo & Meidiyustiani, 2023) pertumbuhan perusahaan ialah perubahan yang terjadi pada total aset perusahaan, berbentuk peningkatan maupun penurunan, dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan perusahaan yang berlangsung secara stabil dapat memperkuat keyakinan investor serta berpotensi mendorong apresiasi harga saham. Secara internal maupun eksternal, perusahaan dengan laju pertumbuhan positif dipandang lebih prospektif karena mencerminkan kestabilan usaha dan peluang perluasan bisnis yang kuat. Dengan demikian, keberlanjutan strategi pertumbuhan menjadi faktor penting yang perlu dijaga perusahaan guna memperkuat daya tarik investasi beserta nilai perusahaan secara menyeluruh (Elinda & Lintang Kurniawati, 2025)

Komisaris Independen

Komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris dari pihak luar yang tidak memiliki afiliasi dengan pemegang saham, anggota direksi, maupun anggota dewan komisaris lainnya (Sari & Bakkareng, 2025). Komisaris independen bertugas mengawasi mekanisme manajemen serta memberikan arahan kepada pengelola perusahaan secara independen tanpa konflik kepentingan, sehingga keberhasilan pengawasan yang dilakukan berpotensi memicu pada kenaikan nilai perusahaan (Rahmasari & Sari, 2024). Dengan posisi yang bebas dari ikatan internal tersebut, komisaris independen diharapkan sanggup menjalankan peran pengawasan secara objektif dan mandiri.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage mengkalkulasi sebesar apa entitas memanfaatkan utang guna membiayai operasionalnya. Perusahaan yang menggunakan utang secara tepat dapat mendanai ekspansi bisnis dan meningkatkan laba masa mendatang. Kondisi ini mendorong kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan, sehingga menstimulasi pertumbuhan minat terhadap saham serta akhirnya menaikkan nilai perusahaan dengan keseluruhan (Pangestika & Sunarto, 2025). Teori sinyal menyatakan perusahaan yang siap mendorong peningkatan tingkat *leverage* disertai dengan pembayaran dividen yang relatif tinggi memberi sinyal kuat kepada pasar bahwasanya manajemen berkeyakinan terhadap prospek perusahaan masa mendatang serta kemampuannya untuk menghasilkan arus kas yang memadai dalam memenuhi kewajiban utang. Kondisi tersebut mampu diinterpretasikan sebagai bentuk kepercayaan manajemen terhadap kinerja perusahaan pada periode mendatang (Sunarya & Riduwan, 2024). Penelitian oleh Pangestika & Sunarto (2025) memperlihatkan hasil bahwasanya *leverage* berdampak terhadap nilai perusahaan. Sesuai hal tersebut, Anggita (2022) menghasilkan bahwasanya *leverage* berdampak terhadap nilai perusahaan.

H1: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memperlihatkan seberapa jauh entitas mendapatkan keuntungan dari operasionalnya. Capaian laba yang optimal mengindikasikan kelancaran kegiatan operasional dan ketepatan korporasi dalam mengatur seluruh sumber daya. Perusahaan biasanya lebih menarik untuk investor yang mempunyai profitabilitas tinggi dikarenakan memperlihatkan bahwasanya perusahaan tersebut dapat menciptakan nilai tambah dan berprospek pertumbuhan yang baik masa mendatang (Amelia & Meidiyustiani, 2024). Pada perspektif teori sinyal, profitabilitas merupakan satu diantara beberapa sinyal terkuat yang dapat dikirim perusahaan ke investor. Saat perusahaan melaporkan profitabilitas tinggi, pasar menginterpretasikan dimana menjadi sinyal bahwasanya perusahaan mempunyai fundamental yang kuat dan dikelola secara efisien (Indah, 2025). Temuan Angelina & Wahyuni (2025) dan Renda (2024) memperlihatkan hasil bahwasanya profitabilitas berdampak positif kepada nilai perusahaan.

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasional serta jumlah seluruh aset perusahaan. Perusahaan besar mudah untuk masuk pasar modal, kualitas lebih tinggi, serta manajemen yang lebih profesional. Keadaan ini membuat perusahaan besar lebih menarik untuk investor serta mampu meningkatkan nilai perusahaan (Rasti & Nugraeni, 2026). Teori sinyal memandang ukuran perusahaan sebagai sinyal yang secara tidak langsung mengkomunikasikan kemampuan dan stabilitas

perusahaan kepada investor. Perusahaan besar yang telah beroperasi dalam skala luas memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki kapasitas untuk bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi dan mampu menghasilkan laba secara konsisten (Siti et al., 2025). Riset oleh Indriaty et al (2024) memperlihatkan hasil ukuran perusahaan berdampak positif kepada nilai perusahaan. Sesuai hal tersebut, Siti et al (2025) menemukan bahwasanya ukuran perusahaan berdampak positif kepada nilai perusahaan.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan perusahaan terhadap Nilai perusahaan

Pertumbuhan perusahaan menggambarkan kapasitas entitas meningkatkan kapasitas operasionalnya seiring berjalannya waktu. Perusahaan yang tumbuh mengindikasikan ekspansi bisnis serta prospek pendapatan yang lebih optimal di masa depan. Perusahaan kerap menjadi fokus perhatian para pemodal yang mempunyai tingkat pertumbuhan tinggi dikarenakan menawarkan potensi return yang lebih tinggi sehingga pertumbuhan perusahaan diharapkan meningkatkan nilai perusahaan di mata pemodal (Riani & Setyabudi, 2024). Teori sinyal menjelaskan bahwasanya pertumbuhan perusahaan ialah sinyal penting yang mencerminkan peluang investasi dan kapasitas berkembang suatu perusahaan di mata pemodal. Perusahaan yang memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten memberikan sinyal bahwa manajemen berhasil mengeksekusi strategi bisnis secara efektif dan memiliki peluang investasi yang menguntungkan di masa mendatang (Aditomo & Meidiyustiani, 2023). Temuan Wijaya & Aprilyanti (2026) memperlihatkan hasil bahwasanya pertumbuhan perusahaan berdampak positif kepada nilai perusahaan. Sesuai tersebut, Sandriana et al (2026) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh kepada nilai perusahaan.

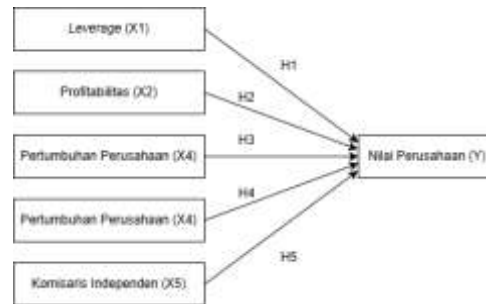
H4: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Komisaris Independen terhadap Nilai perusahaan

Komisaris independen berperan mengawasi manajemen secara netral guna memastikan seluruh kebijakan perusahaan berpihak pada kepentingan pemegang saham. Pengawasan yang ketat mampu mencegah tindakan kecurangan manajemen (Rahmasari & Sari, 2024). Dalam teori sinyal, jumlah komisaris independen yang cukup menjadi sinyal positif bagi pasar bahwa perusahaan berkomitmen pada tata kelola yang baik. Sinyal ini mengurangi ketidakseimbangan informasi antara manajemen dan pemodal, akibatnya pemodal bisa mengambil keputusan investasi yang rasional dan berani. Ketika pasar menerima sinyal tata kelola yang kuat, apresiasi terhadap harga saham akan terjadi dan berakibat langsung pada peningkatan nilai perusahaan (Ain et al., 2025). Temuan (Sari & Bakkareng, 2025) dan (Fitriani et al., 2024) mengungkapkan bahwa komisaris independen berdampak positif.

H3: Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

KERANGKA KOSEPTUAL



Gambar 2. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan metode kuantitatif dengan memilih data sekunder sebagai sumber informasi utama. Populasi ini meliputi semua perusahaan subsektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI yaitu 83 perusahaan. Sampel melalui teknik *purposive sampling*, ialah metode seleksi sampel sesuai persyaratan tertentu (Sugiyono, 2023). Persyaratan pemilihan sampel mencakup perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI bersama kelengkapan laporan tahunan dan laporan keuangan periode pengamatan 2022-2025. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel yang diteliti yaitu variabel bebas (X) yang mencakup *Leverage* (X1), *Profitabilitas* (X2), *Ukuran Perusahaan* (X3), dan *Pertumbuhan Perusahaan* (X4), serta variabel terikat (Y) berupa *Nilai Perusahaan*.

Tabel 1. Indikator dan Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran
Nilai Perusahaan Sumber : (Ramadhani et al., 2024)	<i>Price to Book Value</i> (PBV)	$PBV = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$
Leverage Sumber : (Ramadhani et al., 2024)	<i>Debt to Equity Ratio</i> (DER)	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$
Profitabilitas Sumber : (Kusnadi & Salikim, 2026)	<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	$NPM = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$
Ukuran perusahaan Sumber : (Ramadhani et al., 2024)	<i>Firm Size</i>	$\text{Firm Size} = \ln (\text{Total Aset})$
Pertumbuhan Perusahaan Sumber : (Anindia et al., 2025)	<i>Asset Growth</i> (AG)	$AG = \frac{(TAt - (TAt - 1))}{(TAt - 1)} \times 100\%$
Komisaris Independen Sumber : (Sari & Bakkareng, 2025)	<i>Komisaris Independen</i> (KI)	$KI = \frac{\text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Keseluruhan Anggota Dewan Komisaris}}$

α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	= Koefisien regresi
X_1	= <i>Leverage</i>
X_2	= Profitabilitas
X_3	= Ukuran Perusahaan
X_4	= Pertumbuhan Perusahaan
X_5	= Komisaris Independen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan sampel menerapkan pendekatan *purposive sampling*, yaitu menetapkan tolok ukur tertentu agar data yang diperoleh sesuai dengan sasaran penelitian. Hasil pemilihan sampel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Seleksi Sampel dengan *Purposive Sampling*

No	Kriteria sampel	Jumlah
1	Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI berturut-turut pada tahun 2022-2025	83
2	Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang tidak mempublikasi laporan keuangan maupun tahunan pada tahun 2022-2025	(10)
Jumlah perusahaan yang diteliti		73
Jumlah perusahaan yang di otlier		(16)
Total Sampel penelitian (57x4 tahun)		228

perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian. Dalam riset ini, ditemukan 16 perusahaan outlier sehingga dikeluarkan dari sampel untuk seluruh periode pengamatan. Dengan demikian, jumlah observasi akhir yang digunakan dalam analisis adalah 228 data.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_DER	228	-23,61757	29,31668	1,2604456	3,11062545
X2_NPM	228	-5,83768	8,97737	,0264513	,76497033
X3_FS	228	24,56828	33,01543	28,6899527	1,79832774
X4_AG	228	-,99920	8,61788	,0975118	,73427282
X5_KI	228	,12500	,75000	,4168546	,10567517
Y_PBV	228	-35,18188	18,07872	2,2209764	3,89306175
Valid N (listwise)	228				

Sumber : Data yang diolah (2026)

Berlandaskan tabel di atas, dengan total sampel sebanyak 228, variabel *leverage* (X1_DER) memiliki nilai minimum -23,61757, nilai maksimum 29,31668, rata-rata 1,2604456, dan standar deviasi 3,11062545. Variabel profitabilitas (X2_NPM) menunjukkan nilai minimum -5,83768, nilai maksimum 8,97737, rata-rata

0,0264513, dan standar deviasi 0,76497033. Variabel ukuran perusahaan (X3_FS) menunjukkan nilai minimum 24,56828, nilai maksimum 33,01543, rata-rata 28,6899527, dan standar deviasi 1,79832774. Variabel pertumbuhan perusahaan (X4_AG) menunjukkan nilai minimum -0,99920, nilai maksimum 8,61788, rata-rata 0,0975118, dan standar deviasi 0,73427282. Variabel komisaris independen (X5_KI) menunjukkan nilai minimum 0,12500, nilai maksimum 0,75000, rata-rata 0,4168546, dan standar deviasi 0,10567517. Selanjutnya, variabel nilai perusahaan (Y_PBV) memiliki nilai minimum -35,18188, nilai maksimum 18,07872, rata-rata 2,2209764, dan standar deviasi 3,89306175.

Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		228	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-37,3742266	
	Std. Deviation	211,20088210	
Most Extreme Differences	Absolute	,054	
	Positive	,054	
	Negative	-,053	
Test Statistic		,054	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	

Sumber: Data yang diolah (2026)

Hasil uji normalitas ditampilkan dari tabel di atas yaitu nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Dapat diartikan bahwa hasil tersebut mengikuti pola distribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 5. Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Toleranc	VIF
1	X1_DER	,998	1,002
	X2_NPM	,988	1,012
	X3_FS	,953	1,050
	X4_AG	,957	1,044
	X5_KI	,984	1,016

a. Dependent Variable: Y_PBV

Sumber: Data yang diolah (2026)

Nilai tolerance seluruh variabel independen berada di atas 0,10, yaitu berkisar 0,953–0,998, sedangkan nilai VIF berada di bawah 10, yaitu berkisar 1,002–1,050. Tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,145	,607		,239	,811
	X1_DER	,010	,014	,048	,694	,489
	X2_NPM	-,047	,048	-,068	-,962	,337
	X3_FS	,017	,020	,057	,834	,405
	X4_AG	,008	,048	,012	,178	,859
	X5_KI	,232	,340	,047	,683	,495

a. Dependent Variable: ABS_RESS

Sumber : Data yang diolah (2026)

Nilai signifikansi variabel X1_DER sebesar 0,489, X2_NPM sebesar 0,337, X3_FS sebesar 0,405, X4_AG sebesar 0,859, dan X5_KI sebesar 0,495. Seluruh nilai signifikansi berada di atas 0,05, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,470 ^a	,220	,203	3,47567639	2,034

a. Predictors: (Constant), X5_KI, X4_AG, X1_DER, X3_FS, X2_NPM
b. Dependent Variable: Y_PBV

Sumber : Data yang diolah (2026)

Nilai *Durbin-Watson* yang didapat sebesar 2,034. Dengan jumlah observasi sebanyak 228 dan 5 variabel independen, nilai batas bawah (dL) yang diperoleh sebesar 1,74873 dan batas atas (dU) sebesar 1,81945, sehingga nilai $(4 - dU)$ menjadi 2,18055. Nilai *Durbin-Watson* tersebut terletak pada interval $dU < d < (4 - dU)$, yaitu $1,81945 < 2,034 < 2,18055$. Dapat dinyatakan bahwa model regresi terbebas dari gejala autokorelasi.

Uji Regresi Liner Berganda

Berlandaskan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 9 di bawah, maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda di berikut :

$$Y = -5,041 + 0,564 (X_1) + 0,511 (X_2) + 0,194 (X_3) - 0,088 (X_4) + 2,328 (X_5) + e$$

Berdasarkan model regresi linear berganda yang telah dipaparkan, interpretasi atas koefisien hasil penelitian ini dirinci berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar -5,041 menyatakan bahwa *leverage* (X1), profitabilitas (X2), ukuran perusahaan (X3), pertumbuhan Perusahaan (X4), dan komisaris independen (X5) nilainya yaitu 0, maka nilai Perusahaan (Y) sebesar -5,041.
- b. Koefisien *leverage* (X1) sebesar 0,564 menunjukkan bahwa peningkatan rasio utang berkontribusi pada kenaikan nilai perusahaan. Penggunaan utang yang tepat memberi akses pendanaan lebih luas untuk ekspansi bisnis, sehingga mendorong kepercayaan investor dan meningkatkan nilai perusahaan.
- c. Koefisien profitabilitas (X2) sebesar 0,511 menunjukkan bahwa peningkatan margin laba bersih menaikkan nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang optimal menjadi Gambaran efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya, sehingga menumbuhkan kepercayaan pemodal terhadap imbal hasil investasi di masa mendatang.
- d. Koefisien ukuran perusahaan (X3) sebesar 0,194 menunjukkan bahwa kenaikan total aset perusahaan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan berskala besar memiliki kemudahan akses pendanaan eksternal dan operasional yang lebih stabil, sehingga mendorong kepercayaan investor.
- e. Koefisien pertumbuhan perusahaan (X4) sebesar -0,088 menunjukkan bahwa kenaikan pertumbuhan aset menurunkan nilai perusahaan. Pertumbuhan aset yang tercatat belum tentu diikuti efisiensi penggunaannya, sehingga belum mencerminkan penciptaan nilai tambah bagi perusahaan.
- f. Koefisien komisaris independen (X5) sebesar 2,328 menunjukkan bahwa kenaikan proporsi komisaris independen mendorong peningkatan nilai perusahaan. Fungsi pengawasan yang independen menekan perilaku oportunistik manajemen, sehingga meningkatkan kepercayaan investor.

Uji T

Tabel 8. Uji T

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-5,041	3,910		-1,289	,199
	X1_DER	,564	,076	,450	7,447	,000
	X2_NPM	,511	,308	,100	1,658	,099
	X3_FS	,194	,130	,090	1,492	,137
	X4_AG	-,088	,316	-,017	-,279	,781
	X5_KI	2,328	2,202	,063	1,058	,291
a. Dependent Variable: Y_PBV						

Sumber : Data yang diolah (2026)

Merujuk pada hasil uji parsial (Uji T) yang telah diperoleh, berikut penjelasan dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai perusahaan.

- a. Variabel *leverage* (X1) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Nilai ini mengindikasikan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. H1 diterima.

- b. Variabel profitabilitas (X2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,099 >0,05. Nilai ini mengindikasikan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. H2 ditolak.
- c. Variabel ukuran perusahaan (X3) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,137 >0,05. Nilai ini mengindikasikan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. H3 ditolak.
- d. Variabel pertumbuhan perusahaan (X4) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,781 >0,05. Nilai ini mengindikasikan bahwa Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. H4 ditolak.
- e. Variabel komisaris independen (X5) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,291 >0,05. Nilai ini mengindikasikan bahwa Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. H5 ditolak.

Uji Signifikan Simultan (F)

Tabel 10. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	758,564	5	151,713	12,559	,000 ^b
	Residual	2681,832	222	12,080		
	Total	3440,396	227			
a. Dependent Variable: Y_PBV						
b. Predictors: (Constant), X5_KI, X4_AG, X1_DER, X3_FS, X2_NPM						

Sumber : Data yang diolah (2026)

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 12,559 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan komisaris independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11. Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,470 ^a	,220	,203	3,47567639
a. Predictors: (Constant), X5_KI, X4_AG, X1_DER, X3_FS, X2_NPM				
b. Dependent Variable: Y_PBV				

Sumber : Data yang diolah (2026)

Diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,203, sehingga dapat dimaknai bahwa nilai perusahaan mampu dijelaskan secara serentak oleh kelima variabel bebas, yaitu *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan komisaris independen sebesar 20,3%. Sisanya, sebesar 79,7%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak dianalisis.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Nilai t sebesar 7,447 dengan signifikansi 0,000 untuk *leverage* bahwa hipotesis pertama diterima, yang menunjukkan hubungan positif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan. *Leverage* membuktikan seberapa besar perusahaan menggunakan utang untuk mendanai operasional dan investasinya. Ketika perusahaan mengelola utang dengan baik, perusahaan memperoleh akses pendanaan eksternal yang lebih besar untuk mengembangkan bisnisnya. Hal ini membuat kapasitas produksi meningkat dan laba yang dihasilkan semakin besar (Pangestika & Sunarto, 2025). Sesuai dengan teori sinyal, tingkat *leverage* yang terkendali memberi sinyal bagi pasar bahwa manajemen yakin atas kapasitas perusahaan menghasilkan kas yang memadai guna menyelesaikan kewajiban utangnya. Semakin kuat sinyal ini, semakin besar kepercayaan kreditor dan investor terhadap prospek perusahaan (Sunarya & Riduwan, 2024). Riset ini sejalan dengan Pangestika & Sunarto (2025) dan Anggita (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,099 > 0,05$. Hasil tersebut membuktikan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Bahwa entitas yang menghasilkan laba belum tentu selalu menjadi faktor pokok yang diperhitungkan pemodal. Meskipun profitabilitas secara teoritis merupakan sinyal positif mengenai efisiensi manajemen dan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan, pasar tampaknya juga mempertimbangkan faktor lain seperti risiko usaha, struktur modal, dan prospek pertumbuhan jangka panjang (Indah, 2025). Hasil riset ini sejalan dengan Arci & Ermawati (2024) serta Putri & Dewi (2025) yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,137 > 0,05$. Temuan ini menandakan bahwa baik besar maupun kecil ukuran perusahaan belum bisa meningkatkan nilai perusahaan karena pemodal tidak menjadikan acuan mendasar dalam menilai perusahaan, namun demikian lebih mempertimbangkan kinerja, keberlanjutan usaha, dan potensi entitas di masa depan. Dalam persepsi teori sinyal, ukuran perusahaan bisa mencerminkan stabilitas dan kapasitas operasional, tetapi pemodal lebih menekankan efektivitas pengelolaan aset serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah. Oleh karena itu, perusahaan yang berukuran besar belum tentu memperoleh apresiasi pasar yang lebih tinggi apabila aset yang dimiliki tidak ditangani secara optimal dan tidak didukung oleh kinerja yang mampu meningkatkan kepercayaan investor. Temuan selaras dengan penelitian Budi & Maryono (2022) serta Sunarya & Riduwan (2024) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel uji T, nilai signifikansi pertumbuhan perusahaan sebesar 0,781 yang lebih besar dari 0,05, artinya pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Salah satu penyebabnya adalah semakin besar aktivitas operasional perusahaan, semakin tingginya kebutuhan dana menunjang ekspansi tersebut, sehingga peningkatan aset belum tentu diikuti oleh kesejahteraan pemegang saham (Kammagi & Veny, 2023). Dalam konteks teori sinyal, pertumbuhan aset yang tidak disertai peningkatan laba atau kinerja keuangan lainnya dianggap sebagai sinyal yang lemah, sehingga tidak cukup meyakinkan pasar untuk menaikkan nilai perusahaan (Aditomo & Meidiyustiani, 2023). Hasil riset ini sejalan dengan Lolita & Rahmaita (2025) serta Melisa et al. (2025) yang menyatakan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel uji T, nilai signifikansi komisaris independen sebesar 0,291 yang lebih besar dari 0,05, artinya komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Salah satu penyebabnya adalah keberadaan komisaris independen dijumlah entitas sering kali sebatas kewajiban administrasi guna mematuhi aturan hukum semata, sehingga fungsi pengawasan substantif terhadap kebijakan manajemen belum berjalan optimal. Keberadaan komisaris independen dapat memberi dampak negatif terhadap nilai perusahaan apabila proporsinya tidak diiringi kualitas pengawasan yang memadai (Anwar, 2023). Dalam konteks teori sinyal, proporsi komisaris independen semestinya menjadi sinyal positif mengenai kualitas tata kelola perusahaan kepada pasar, tetapi sinyal tersebut menjadi tidak efektif apabila keberadaannya bersifat simbolis dan tidak diiringi implementasi pengawasan yang nyata, sehingga gagal meyakinkan investor untuk menaikkan nilai perusahaan (Leonardo et al., 2025). Hasil riset ini sejalan Asyari & Samosir (2023) serta (Kenny, 2022) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menelaah pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2025. Temuan penelitian menunjukkan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menandakan bahwa pengelolaan utang yang tepat mampu memperluas akses pendanaan dan mendorong kepercayaan investor. Sementara itu, profitabilitas, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan menghasilkan laba, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan komisaris independen bukan merupakan aspek utama yang dipertimbangkan investor pada industri ini. Secara simultan, kelima variabel tersebut tetap berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, meski

kontribusinya terhadap variasi nilai perusahaan masih tergolong terbatas. Temuan ini menegaskan bahwa nilai perusahaan pada subsektor ini lebih ditentukan oleh struktur pendanaan dibandingkan indikator kinerja dan tata kelola lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, manajemen perusahaan disarankan mengelola struktur utang secara terukur untuk mendukung ekspansi tanpa menambah risiko keuangan, serta menjaga kinerja operasional agar tetap mendapat kepercayaan pasar. Investor perlu mempertimbangkan struktur pendanaan sebagai salah satu diantara parameter utama guna mengukur keberhasilan perusahaan pada subsektor ini, tanpa mengabaikan faktor risiko usaha dan prospek jangka panjang perusahaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan sampel yang hanya mencakup subsektor ini serta periode pengamatan yang relatif pendek, sehingga hasil belum tentu berlaku untuk sektor lain. Riset berikutnya dianjurkan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti likuiditas, kepemilikan manajerial, atau kebijakan dividen, memperpanjang periode pengamatan, serta sektor lain untuk memperkuat generalisasi temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Ain, M. N., Nasir, A., & Hanif, R. A. (2025). Pengaruh Manajemen Laba, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Dan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Basic Material Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023). *Jom FEB*, 12.
- Aditomo, M. S., & Meidiyustiani, R. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Hutang, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). *Jurnal Revenue, Jurnal Akuntansi*, 3(2), 662–673. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i2.152>
- Amelia, R., & Meidiyustiani, R. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Umur Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(4), 324–339. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i4.2056>
- Angelina, K. C., & Wahyuni, M. A. (2025). *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. 15(2), 247–256.
- Anggita, K. T. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(Vol 11 No 3 (2022): Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi), 1–20.
- Anindia, Y. W., Istihika Wikan, Agung, P., & Purwanto. (2025). Analisis Determinan Harga Saham: Peran Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Open MenuReview of Applied Accounting Research (RAAR)*, 5, 1–17.

<https://doi.org/10.30595/raar.v5i2.27347>

- Anwar, K. (2023). Pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(2), 282–288.
- Arci, P. E., & Ermawati, Y. (2024). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial*, 2(1), 84–93.
- Asyari, A., & Samosir, D. K. B. M. (2023). Pengaruh Kebijakan Dividen, Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2017-2021) Adhitya. *Global Accounting : Accounting Journal*, 2(2), 1–14. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Budi, H. D. S., & Maryono. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13, 1257–1266.
- Bursa Efek Indonesia. (2022). Laporan Tahunan Bursa Efek Indonesia 2022. *Bei*.
- Dina, D. A. S., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36–49. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2821>
- Dodi, S., & Hendri, S. (2025). Pengaruh kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11, 101–118.
- Elinda, A. K., & Lintang Kurniawati. (2025). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(3), 1730–1745. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i3.7513>
- Fitria, G. N., & Bintara, R. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Kepemilikan Institusional dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (JAKPI)*, 3(1), 16–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/jakpi.v3i1.3012>
- Fitriani, A., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2024). Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023) Anna. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi Vol.*, 2(02), 306–312.
- Ghozali, P. D. I. M. C. (2020). *Grand Theory.Pdf*.
- Himmah, F., Setiyono, T. A., & Akuntansi, P. S. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI Periode 2021–2023). *PERWIRA JOURNAL OF ECONOMY & BUSINESS*, 5, 179–198. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v5i2.610>
- Indah, N. (2025). Determinan Nilai Perusahaan: Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi di Sektor Makanan dan Minuman. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan*

- Syariah (EKUITAS)*, 7(1), 109–120. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v7i1.7957>
- Indriaty, L., Reiman, P., & Thomas, G. N. (2024). Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 220–232. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3307>
- Kammagi, N., & Veny. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 41–55. <https://doi.org/10.30813/jab.v16i1.4030>
- Kenny, C. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal FinAcc*, 6(11), 1634–1645.
- Leonardo, I., Mansur, F., & Hernando, R. (2025). PENGARUH DIGITALISASI DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GCG SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Bina Akuntansi*, 12(2), 24–39.
- Lolita, A. P., & Rahmaita. (2025). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada SubSektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan*, 01(03), 547–557.
- Melisa, Nurlela, Jummaini, & Darmawati. (2025). Pengaruh Struktur Modal , Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI The Influence of Capital Structure , Company Size and Company Growth on Company Value in Automotive Companies L. *JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA*, 2, 15941–15952.
- Pangestika, D. A., & Sunarto. (2025). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2021–2024. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8, 2634–2650. <https://doi.org/10.31539/n2efxq26>
- Perindustrian, K. (2022). *Kemenperin: Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. Kementrian Perindustrian. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>
- Putri, T. A., & Dewi, S. P. (2025). Analisis Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Teknologi yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2024. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(10), 2363–2376.
- Qotimah, K., Kalangi, L., & Korompis, C. W. M. (2023). Pengaruh Analisis Fundamental terhadap Return Investasi pada Saham Second Liner di Sektor Energi Periode 2019–2022 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 11(3), 12–26. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.48797>
- Rahmasari, G. A. P. W., & Sari, N. P. L. P. (2024). Pengaruh Manajemen Laba, Kepemilikan Manajerial, Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Emperis pada Perusahaan Sektor Finansial yang

Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023). *Nusantara Hasana Journal*, 1(7), 132–137.

- Ramadhani, A. R., Triono, H., & Setiawanta, Y. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Industri Processed Foods. *J-Aksi : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 5(2), 236–247. <https://doi.org/10.31949/jaksi.v5i2.9631>
- Rasti, D. K., & Nugraeni. (2026). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2022–2024. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 9(3), 1380–1388. <https://doi.org/10.31539/1gzdr572>
- Renda, N. G. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020–2022). *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 11(2), 141–149. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v11i2.10661>
- Riani, I. W., & Setyabudi, T. G. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan , Leverage , Keputusan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(3), 1–20.
- Salim, C., & Setyawan, I. R. (2025). Faktor Penentu Nilai Perusahaan Sektor Makanan & Minuman di BEI selama Periode Covid-19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(2), 405–415. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i2.33910>
- Sandriana, T., Berliani, K., & Hamdani, D. (2026). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017-2024*. 17(1).
- Sari, T. Y., & Bakkareng. (2025). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018. *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi*, 3(1), 28–40.
- Siti, P., Dina, S. M., Mira, K., Susan, F., Haripin, & Gabriella, T. K. A. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020–2022). *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 11(1), 89–110.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Sunarya, S. A., & Riduwan, A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(7), 1–20.
- Vitriani, Y., Mantong, A., & Marewa, J. B. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. *Journal Of Social Science Research*, 4, 4985–4997. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9034>
- Wijaya, C. C., & Aprilyanti, R. (2026). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 9 (2026) 4517 – 4537 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i9.13253

Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. *Jambi Accounting Review (JAR) JAR*, 5(2), 52–63. <https://online-journal.unja.ac.id/JAR/>

Yusmita, N. K. R., Mahaputra, I. N. K. A., & Suwandewi, P. A. M. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Leverage, Likuiditas, serta Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 1(1), 102–113. <https://doi.org/10.36733/jia.v1i1.6893>