

## **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022)**

Ahmad Sahri Romadon<sup>1)</sup>, Irma Winarti<sup>2)</sup>

**Fakultas Ekonomi - Universitas Semarang**

ahmad\_sahri@usm.ac.id<sup>1)</sup>, irmawinarti175@gmail.com<sup>2)</sup>

### **ABSTRACT**

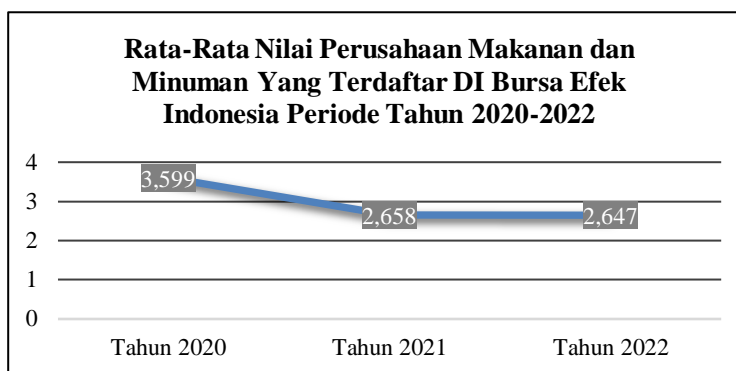
*This research aims to test the influence of independent variables, namely firm size (X1), leverage (X2), and profitability (X3) on the dependent variable, namely company value (Y) in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020- 2022. The sample used in this research was 20 companies selected using purposive sampling techniques. The analytical method used is the multiple linear regression analysis method which was tested using the SPSS 24 program application. The results of this research show that company size has no effect on company value, leverage has a negative effect on company value and profitability has a positive effect on company value.*

**Keywords:** *Frim Size, Leverage, Profitability, Company Value*

### **1. PENDAHULUAN**

Perusahaan adalah suatu organisasi bisnis yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan melalui penyediaan barang atau jasa untuk memaksimalkan laba perusahaan agar dapat terus beroperasi secara efektif dan efisien. Semakin bertambah tahun terjadi peningkatan persaingan bisnis dan persaingan menjadi semakin ketat. Ketatnya persaingan bisnis membuat perusahaan harus lebih berpikir dan mencari cara untuk menjaga kestabilan perusahaan dan harus mengembangkan suatu perusahaannya. Apabila suatu perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya, maka perusahaan tersebut berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Tetapi untuk memperoleh suatu keuntungan, manajer keuangan harus bisa mengelola keuangan dengan baik dan benar agar dapat meningkatkan nilai perusahaan (Mahanani dan Kartika, 2022).

Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menarik untuk dilakukan penelitian adalah perusahaan makanan dan minuman dikarenakan perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang mengalami peningkatan dan berkembang dengan pesat. Sektor makanan dan minuman sering dianggap sebagai sektor yang tahan banting terhadap krisis ekonomi karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi semua orang. Hal tersebut membuat para investor tertarik menanamkan modal untuk berinvestasi di tengah ketidakpastian ekonomi dan menjadi dampak yang baik dalam meningkatkannya nilai perusahaan (Ahmad, *et. al.*, 2024). Menurut Imnana, *et. al.*, (2023), nilai perusahaan dapat tercermin pada harga pasar saham suatu perusahaan, dimana harga saham memiliki hubungan yang positif dengan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka nilai perusahaan pun juga akan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi ketertarikan investor akan semakin besar, karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan tingkat kemakmuran yang tinggi dari para pemegang saham dalam suatu perusahaan. Nilai perusahaan penting untuk dimaksimalkan karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.



**Gambar 1. Nilai Perusahaan PBV Perusahaan Makanan dan Minuman**

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah, 2024)

Gambar 1 menjelaskan bahwa nilai perusahaan makanan dan minuman yang dihitung di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022 mengalami penurunan. Di tahun 2020 rata-rata PBV sebesar 3,599, di tahun 2021 rata-rata PBV mengalami penurunan sebesar 2,658, dan di tahun 2022 rata-rata PBV mengalami penurunan yaitu sebesar 2,647. Untuk mengetahui nilai perusahaan maka investor dan calon investor harus melihat nilai perusahaan dan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi naik dan turunnya nilai perusahaan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas.

Menurut penelitian Meifari (2023), ukuran perusahaan atau (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma pada total aktiva (asset). Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan dalam memperoleh sumber dana baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan dalam memperoleh sumber dana baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan banyak investor yang berpusat pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan yang besar memiliki kondisi keuangan yang relatif lebih stabil (Bagaskara, *et. al.*, 2021).

Menurut penelitian Laurenza dan Djawoto (2021), *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utang dengan jumlah asset yang dimiliki. Untuk meningkatkan modal guna memperoleh keuntungan yang lebih tinggi, suatu perusahaan menggunakan hutang (*leverage*) sebagai alat yang digunakan untuk meningkatkan modal. Ketika suatu perusahaan dapat mengoptimalkan hutangnya, maka perusahaan tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Lamba dan Atahau, 2019).

Menurut penelitian Fridatien dan Romadon (2024), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Profitabilitas yang tinggi menggambarkan prospek perusahaan yang semakin baik. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang tinggi sehingga akan terlihat kinerja perusahaan yang baik. Tanpa adanya keuntungan sangat sulit bagi perusahaan menarik investor karena para investor tentu melihat seberapa besar profit yang dihasilkan suatu perusahaan sehingga para investor dapat melihat keuntungan di masa depan jika menanamkan modal di perusahaan tersebut (Bagaskara, *et. al.*, 2021).

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan pengumpulan data, mencatat, dan mengkaji data sekunder yang bersumber pada laporan keuangan tahunan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2020-2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti jika peneliti memiliki pertimbangan-pertimbangan atau kriteria tertentu di dalam pengambilan sampelnya (Ghozali, 2018).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar belum tentu bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena apabila total aset meningkat maka belum tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan karena besarnya total aset yang dimiliki perusahaan juga diikuti dengan besarnya kebutuhan dana dalam kegiatan operasional perusahaan dalam melunasi kewajiban (hutang). Dalam menanamkan modal investor tidak hanya melihat ukuran perusahaan akan saja, tetapi investor juga mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang menjadi pertimbangan investor dalam menyalurkan dananya. Seperti dalam melunasi kewajiban (hutang) maupun peningkatan laba pada perusahaan tersebut.

Semakin tinggi hutang untuk membiayai operasional perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan, karena dengan tingkat hutang yang tinggi maka beban yang akan ditanggung perusahaan juga besar. Tingginya tingkat *leverage* akan meningkatkan resiko kebangkrutan perusahaan, pernyataan tersebut juga sesuai dengan teori *signaling* yang menganggap bahwa tingginya tingkat *leverage* akan memberikan sinyal negatif bagi investor untuk membeli saham perusahaan. Investor beranggapan semakin tingginya *leverage* maka akan meningkatkan resiko perusahaan tersebut, sehingga investor enggan untuk membeli saham tersebut sehingga berpengaruh terhadap menurunnya nilai perusahaan.

Semakin tinggi profitabilitas (ROE) menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba. Profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *return on equity* (ROE). Oleh karena itu semakin tinggi ROE pada suatu perusahaan, maka semakin baik pula perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan dapat meningkatkan produktivitas dalam menghasilkan keuntungan serta dapat menaikkan nilai perusahaan pada suatu perusahaan tersebut.

**Tabel 1. Uji Parsial (Uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.026	1.244		1.628	.109
	Firm Size	-.022	.044	-.056	-.490	.626
	DER	-.709	.184	-.569	-3.862	.000
	ROE	2.156	.443	.710	4.863	.000

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: data sekunder yang diolah SPSS 24, 2024

### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Hasil pengujian hipotesis menunjukkan ukuran perusahaan (*firm size*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil tersebut berarti jika ukuran perusahaan yang besar belum tentu bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, maka tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan.
- Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *leverage* (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil tersebut berarti jika semakin tinggi hutang untuk membiayai operasional perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan, maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan.
- Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil tersebut berarti, semakin tinggi profitabilitas (ROE) menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba, maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan.

## Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang didapat, maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut :

- a. Nilai perusahaan bagi para investor merupakan informasi yang penting untuk diketahui karena dapat menghasilkan sinyal yang positif untuk para investor dalam menanamkan modal pada suatu perusahaan.
- b. Berdasarkan hasil penelitian ini, saran untuk perusahaan agar memperhatikan faktor-faktor seperti ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.
- c. Diharapkan agar dapat menambah sampel perusahaan maupun menambah variabel independen yang berbeda dengan peneliti sebelumnya untuk memperluas objek dan mendapatkan hasil penelitian .

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, W., & Septiani, N. D. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 1433-1440.
- Ahmad, E., Dasuki, T. M. S., & Meilani, E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021). *JAKSI: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 104-113.
- Amelia, A., & Reviandani, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Studi pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021. *Jurnal Mirai Management*, 467-483.
- Aprilia, M. & Triyonowati. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-17.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *In Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 29-38.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 2. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages Di BEI. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 68-75.
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1-19.
- DVG, D. A. L., & Djawoto, D. (2021). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Food and Beverage. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-17.

- 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: Akuntansi dan Keuangan*, 55-65.
- Fridatien, E., & Romadon, A. S. (2024). Analisis Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 1-9.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imnana, L., Siaila, S., & Wenno, M. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage. *Manis : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 59-71.
- 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*, 220-232.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lamba, A. B., & Atahau, A. D. R. (2022). Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Profitabilitas. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 16-31.
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 360-372.
- Meifari, V. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 265-268.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *In Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 569-576.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have. *Journal of Financial Economics*, 187-221.
- Nugroho, A., Indriyatni, L., & Widodo, U. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 165-172.
- Nurlaila, F., & Triyonowati, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 1-17.
- Piasti, T., & Suswandoyo, M. I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Journal Intelektual*, 76-84.
- Rachmadani, F. A. A., & Nursiam, N. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada

Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2021). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4092-4101.

Rivandi, M., & Petra, B. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2571-2580.

Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 355-374.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yulianti, E., Hermuningsih, S., & Sari, P. P. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 89-100.