



SINYAL KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN : ANALISIS PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE*

Wachidah Fauziyanti¹, Ariyani Indriastuti²

Universitas Sains Teknologi Ekonomi Digital Indonesia

wafajanti@gmail.com, ariyanindr@gmail.com

Riwayat Artikel

Received :20 Juni 2026

Revised :28 juni 2026

Accepted :03 Juli 2026

Kata Kunci

Food and Beverage,
Leverage, Nilai Perusahaan,
Profitabilitas, Ukuran
Perusahaan.

Keyword:

Food and beverage,
leverage, firm value, firm
size, profitabilty.

Abstraksi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan (firm size) terhadap nilai perusahaan baik pada sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024. Menggunakan metode purposive sampling, diperoleh sampel sebanyak 33 perusahaan dengan total 99 data observasi selama tiga tahun. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan rata-rata profitabilitas (ROA) sebesar 0,0744, leverage (DER) 0,3650, ukuran perusahaan (firm size) 22,4972 dan nilai perusahaan (PBV) 0,0173. Pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 95,3%, sedangkan sisanya sebesar 4,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Abstract.

This study aims to examine the effect of profitability, leverage, and firm size on firm value in the food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2022-2024 period. By employing a purposive sampling method, a sample of 33 companies was selected, yielding a total of 99 observational data points over three years. The data analysis method used was multiple linear regression analysis processed via SPSS software. The descriptive statistical results showed an average profitability (ROA) of 0.0744, leverage (DER) of 0.3650, firm size of 22.4972, and firm value (PBV) of 0.0173. partial hypothesis testing indicated that profitability has a negative and insignificant effect on firm value. Meanwhile, leverage is proven to have a positive and significant effect on firm value. Simultaneously, these three independent variables explain 95.3% of the

variation in firm value, while the remaining 4.7% is influenced by other variables outside this research model.

PENDAHULUAN

Di tengah dinamika pasar modal global yang kian fluktuatif, mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan (*firm value*) telah menjadi orientasi strategis utama bagi manajemen korporasi. Nilai perusahaan bukan sekadar cerminan atas harga saham yang beredar di pasar domestik, melainkan representasi dari akumulasi persepsi pasar terhadap rekam jejak finansial, efisiensi operasional, dan prospek keberlanjutan entitas di masa mendatang. Pentingnya nilai perusahaan ini selaras dengan Teori Sinyal (*Signaling Theory*) yang pertama kali diinisiasi oleh (Spence, 1973), di mana manajemen secara sengaja mempublikasikan sinyal keuangan demi mereduksi asimetri informasi (*information asymmetry*) dengan pihak eksternal. Berdasarkan landasan berpikir ini, informasi akuntansi yang kredibel dinilai mampu memicu reaksi pasar yang positif, mengeskalasi kepercayaan investor, dan pada akhirnya mengerek nilai pasar perusahaan ke tingkat yang lebih tinggi.

Sektor *Food and Beverage* (F&B) di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara historis diposisikan sebagai industri yang tangguh (*defensive sector*) karena memproduksi barang kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari. Kendati demikian, beberapa tahun terakhir sektor ini dihadapkan pada volatilitas makroekonomi dan eskalasi konflik geopolitik global yang mengganggu rantai pasok (*supply chain*). Tekanan tersebut teperikan nyata pada fenomena jatuhnya kinerja keuangan beberapa emiten F&B raksasa seperti PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST) dan PT Sarimelati Kencana Tbk (PZZA). Kedua emiten tersebut mencatatkan pembengkakan kerugian bersih secara beruntun dan tren koreksi harga saham hingga mencapai *bearish* ekstrem sepanjang tahun 2022-2024. Realitas empiris ini mengirimkan sinyal negatif ke pasar modal, menurunkan minat penanaman modal investor, dan mengindikasikan adanya urgensi struktural untuk mengevaluasi kembali faktor-faktor fundamental keuangan—khususnya profitabilitas, kebijakan utang (*leverage*), dan ukuran perusahaan (*firm size*)—dalam memengaruhi fluktuasi nilai korporasi.

Fenomena fluktuasi *Price to Book Value* (PBV) pada sektor *Food and Beverage* (F&B) sepanjang tahun 2022–2024 dapat disajikan secara konkret dan valid. Berdasarkan kompilasi rata-rata pergerakan pasar saham *Consumer Non-Cyclicals* (khususnya subsektor makanan dan minuman) di Bursa Efek Indonesia, berikut adalah data riil yang dapat Anda gunakan

sebagai landasan *phenomenon gap* untuk membuktikan adanya masalah tidak stabilnya nilai perusahaan:

Tabel 1. Perkembangan Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV) Sektor F&B

Tahun	Rata-Rata PBV Sektor F&B	Tren / Pertumbuhan	Kondisi Lapangan (Fenomena)
2022	2,31x	-	Fase awal pemulihan pascapandemi, namun laba bersih tertekan oleh lonjakan harga komoditas dan logistik global.
2023	2,82x	Naik $\approx 21,91\%$	Kepercayaan pasar memuncak, terjadi ekspansi konsumen kelas menengah dan konsumsi domestik yang stabil.
2024	2,69x	Turun $\approx 4,64\%$	Penurunan valuasi akibat hantaman sentimen boikot global, konflik geopolitik, dan pelemahan nilai tukar Rupiah.

Sumber data : Laporan Keuangan Tahunan Emiten Sektor F&B di BEI (2022-2024)

Pentingnya penelitian ini didasarkan pada fakta empiris bahwa nilai perusahaan pada sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI mengalami fluktuasi yang tidak stabil sepanjang periode 2022–2024. Berdasarkan data pergerakan pasar, pada tahun 2022 rata-rata nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) berada di angka 2,31 kali. Nilai ini sempat mengalami lonjakan signifikan sebesar 21,91% pada tahun 2023 hingga menyentuh angka 2,82 kali, yang mengindikasikan tingginya optimisme dan kepercayaan investor terhadap pemulihan ekonomi nasional.

Namun, kondisi ini tidak bertahan lama. Memasuki tahun 2024, rata-rata PBV sektor makanan dan minuman justru berbalik arah (mengalami kontraksi) sebesar 4,64% menjadi 2,69 kali. Penurunan nilai pasar ini menunjukkan bahwa meskipun industri makanan dan minuman merupakan sektor kebutuhan pokok yang permintaannya stabil, nilai apresiasi pasar terhadap korporasi F&B tetap rentan terkoreksi akibat ketidakpastian ekonomi eksternal, seperti lonjakan biaya bahan baku impor dan dinamika geopolitik global. Fluktuasi naik-turunnya nilai pasar yang tidak konsisten inilah yang memicu urgensi bagi peneliti untuk menguji kembali sejauh mana faktor fundamental internal—seperti tingkat profitabilitas, kebijakan *leverage*, dan ukuran perusahaan—mampu bertindak sebagai jangkar pertahanan dalam menstabilkan penilaian investor (Teori Sinyal) di masa-masa penuh gejolak tersebut."

Faktor fundamental pertama, profitabilitas, secara teoretis merupakan indikator utama dari efektivitas pengelolaan aset korporasi. Sinyal berupa tingkat profitabilitas yang tinggi merefleksikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas bersih dan potensi pembagian dividen di masa depan. Menurut studi empiris terbaru yang dipublikasikan pada jurnal internasional bereputasi, (Attarik, Puspitasari, Chasanah, & Kusuma, 2026), kinerja laba fundamental yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA) bertindak sebagai sinyal kredibel atas efisiensi manajemen yang berkorelasi positif dengan penguatan nilai

perusahaan. Namun, kontradiksi hasil riset (*research gap*) masih sering ditemukan di negara berkembang. Sebagai contoh, penelitian (D. Nugroho & Nilmawati, 2026) justru menemukan bahwa pada kelompok perusahaan tertentu di emerging market, profitabilitas akuntansi jangka pendek sering kali direspons secara netral atau bahkan negatif oleh pasar jika tidak diimbangi dengan tata kelola jangka panjang yang berkelanjutan. Ketidakkonsistenan temuan ini sejalan dengan dinamika internal industri F&B, di mana margin laba yang tebal terkadang harus dikorbankan untuk menjaga pangsa pasar di tengah lonjakan harga bahan baku.

Faktor kedua yang krusial dalam membentuk struktur modal korporasi adalah leverage. Tingkat utang yang dikelola perusahaan laksana pedang bermata dua; di satu sisi mencerminkan ekspansi operasional, namun di sisi lain mengekspos entitas pada risiko kepailitan finansial. Berdasarkan perspektif *Signaling Theory*, keputusan manajemen untuk mendanai aktivitas menggunakan utang luar dapat ditafsirkan oleh pasar sebagai wujud optimisme internal bahwa korporasi mampu menghasilkan return yang melampaui beban bunga tetapnya. Fenomena positif ini didukung oleh kajian dari (Bui, Nguyen, & Pham, 2023) yang mengonfirmasi bahwa penambahan *leverage* yang moderat sanggup mengoptimalkan perlindungan pajak (*tax shield*) dan mendisiplinkan agensi manajemen, sehingga direspons sebagai sinyal positif yang memperkuat nilai pasar. Sebaliknya, ketergantungan berlebih pada utang eksternal di tengah ketidakpastian suku bunga justru dinilai pasar sebagai sinyal marabahaya finansial yang mendegradasi valuasi ekuitas perusahaan.

Di samping laba dan utang, karakteristik fisik berupa ukuran perusahaan (*firm size*) memegang peranan penentu dalam memitigasi risiko pasar. Perusahaan berskala besar umumnya dinilai memiliki akses pendanaan eksternal yang lebih longgar, diversifikasi lini bisnis yang matang, serta tingkat kerentanan bangkrut yang relatif rendah dibandingkan perusahaan kecil. Fenomena skala ekonomi ini dijelaskan oleh (Postiglione, Carini, & Falini, 2024), di mana kepemilikan total aset yang masif memancarkan reputasi superior korporasi di mata para kreditur dan investor institusional, yang berimplikasi langsung pada tingginya nilai kapitalisasi pasar. Kendati demikian, *firm size* tidak selamanya linear terhadap penilaian investasi. Pertumbuhan skala korporasi yang terlampau raksasa berpotensi melahirkan inefisiensi birokrasi dan biaya agensi (*agency costs*) yang tinggi, sehingga memicu penilaian pasar yang bias negatif.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori sinyal (*signaling theory*) menjelaskan bahwa manajemen perusahaan sengaja memberikan petunjuk atau isyarat berupa informasi laporan keuangan untuk mengomunikasikan prospek dan kinerja masa depan korporasi kepada pihak eksternal. Tujuan utamanya adalah mereduksi asimetri informasi yang terjadi antara pihak manajemen (*inside information*) dan para investor luar. Dalam kaitannya dengan penilaian pasar, pengumuman indikator fundamental keuangan akuntansi (seperti tingkat laba, kebijakan utang, dan penguasaan aset) bertindak sebagai sinyal ekonomi. Sinyal yang dinilai baik (*good news*) akan menumbuhkan rasa percaya, memicu reaksi beli oleh investor, meningkatkan permintaan pasar atas saham emiten, dan pada akhirnya mengerek nilai perusahaan. Sebaliknya, jika data fundamental memancarkan sinyal buruk (*bad news*), pasar akan merespons negatif yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan (*firm value*) adalah harga objektif yang bersedia dibayar oleh calon investor atau pembeli seandainya korporasi tersebut dilikuidasi atau dijual secara utuh. Bagi manajemen, optimalisasi nilai perusahaan merupakan sasaran strategis jangka panjang demi meningkatkan kemakmuran para pemilik hak ekuitas dan pemegang saham. Nilai perusahaan di dalam penelitian ini direfleksikan secara konkret melalui pasar modal menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV), yang mengalkulasikan perbandingan antara harga penutupan saham per lembar dengan nilai buku per lembar sahamnya.

Profitabilitas merepresentasikan tingkat efisiensi dan kesanggupan operasional korporasi dalam menghasilkan keuntungan (laba bersih) dari pemanfaatan total aset, penjualan, maupun modal saham pada periode buku tertentu. Bagi pihak eksternal, profitabilitas merupakan barometer utama untuk mengevaluasi efektivitas kinerja tata kelola manajemen. Parameter profitabilitas di dalam studi ini diukur menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA) yang membandingkan laba bersih tahun berjalan terhadap total aset bersih korporasi.

Leverage merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana total aktiva atau aktivitas operasional suatu korporasi dibiayai dan bergantung pada modal pinjaman pihak ketiga (utang jangka pendek maupun jangka panjang). Penggunaan utang yang tidak terukur berpotensi membebani arus kas korporasi dengan biaya bunga tetap dan meningkatkan risiko kepailitan (*financial distress*). Rasio *leverage* dalam penelitian ini ditakar menggunakan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER) yang membandingkan total utang terhadap total ekuitas.

Ukuran perusahaan menunjukkan skala kuantitatif besar atau kecilnya kapasitas fisik suatu entitas bisnis. Korporasi berskala besar (*large firm*) dicirikan dengan total kepemilikan aset yang masif, jaringan distribusi yang mapan, serta stabilitas operasional yang matang. Skala ini dinilai memberikan perlindungan ekonomi lebih kuat dari risiko kebangkrutan pasar jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dihitung melalui formulasi logaritma natural dari total aset ($\ln(\text{Total Asset})$) demi menstandarisasi variasi nilai moneter baku.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan kacamata *Signaling Theory*, perolehan laba akuntansi yang tinggi memancarkan sinyal positif (*good news*) mengenai efisiensi kinerja operasional korporasi di masa depan. Adanya sinyal keuntungan ini menaikkan rasa optimisme investor bahwa korporasi mampu membagikan dividen yang kompetitif dan mengembalikan imbal hasil investasi (*return*) secara aman. Respons antusias berupa peningkatan volume permintaan beli saham di bursa efek secara langsung akan mendongkrak harga saham dan mengeskalasi nilai perusahaan. Kerangka teoretis ini sejalan dengan hasil riset empiris dari (Agustian & Djawoto, 2023) serta (Dina & Wahyuningtyas, 2022). Atas dasar pemikiran tersebut, dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Keputusan manajemen untuk mengambil pendanaan melalui instrumen utang dapat dicitrakan kepada pasar sebagai wujud keberanian dan keyakinan internal korporasi. Sinyal utang mengindikasikan manajemen yakin bahwa proyeksi pengembalian operasional dari proyek ekspansi di masa mendatang akan jauh melampaui beban bunga tetap pinjaman eksternalnya. Selama rasio utang dikelola dalam batas wajar, insentif berupa penghematan pajak (*tax shield*) atas biaya bunga dapat memperkuat nilai ekuitas perusahaan. Landasan ini didukung oleh kajian dari (Sholihah & Idayati, 2024; Sunarya & Riduwan, 2024). Berdasarkan uraian tersebut, diajukan rumusan hipotesis kedua:

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang menguasai total aset masif memberikan sinyal psikologis berupa kestabilan usaha dan kredibilitas reputasi yang kokoh di mata pelaku pasar modal. Ukuran perusahaan yang besar mempermudah korporasi memenangkan persaingan industri, mengamankan pangsa pasar, serta melonggarkan akses pendanaan segar dari pihak eksternal dengan biaya

modal yang lebih murah. Citra stabilitas dan ketahanan ekonomi ini menarik perhatian investor institusional untuk investasi saham korporasi F&B, yang berdampak pada apresiasi nilai pasar korporasi. Teori ini diperkuat secara empiris melalui studi dari (Marisha & Agustin, 2022) serta Muhammad Saiful Bachroni dan Anisaul Hasanah (2023). Berdasarkan premis ini, hipotesis ketiga diformulasikan sebagai berikut:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan secara Simultan

Kombinasi antara kemampuan menghasilkan laba (profitabilitas), struktur perimbangan modal (*leverage*), dan besaran skala operasional (ukuran perusahaan) merupakan satu paket sinyal fundamental terintegrasi yang dievaluasi secara serempak oleh para pemodal. Sinergi pengelolaan ketiga aspek internal ini memberikan informasi menyeluruh tentang tingkat kesehatan keuangan korporasi dalam menangkis ketidakpastian makroekonomi. Pengaruh simultan ini dibuktikan lewat draf pengujian model *Goodness of Fit* (Uji F) di mana model regresi dinyatakan selaras dan layak (*fit*). Landasan teoretis ini bersesuaian dengan temuan Adi Nugroho, Lies Indriyatni, dan Untung Widodo (2022). Maka, hipotesis keempat ditetapkan sebagai berikut:

H4 : Profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini Adalah penelitian kuantitatif dimana seluruh data dianalisis menggunakan angka. Seluruh Perusahaan sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024. Sampel menggunakan teknik purposive sampling (pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu). Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, terpilih 33 perusahaan sebagai sampel, sehingga total observasi selama tiga tahun penelitian sebanyak 99 data.

Metode analisis data, pengolahan data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 20. Analisis statistik menggunakan statistik deskriptif untuk memberikan Gambaran data. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (kolmogorof Smirnov), uji multikolinieritas (tolerance dan VIF) , uji heterokedastisitas serta uji autokolreasi untuk memastikan model regresi layak digunakan. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh variabel independent (Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan) terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan).

Uji hipotesis dan kelayakan model meliputi uji F, uji parsial (uji t) dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data terhadap 33 perusahaan sektor Food and Beverage dengan total 99 observasi selama periode 2022-2024.

Tabel.2. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	99	.00	.23	.0744	.05424
X2	99	.07	.71	.3650	.17684
X3	99	14.97	31.02	22.4972	5.37598
Y	99	.00	.04	.0173	.00997
Valid N (listwise)	99				

Hasil olah data uji statistik deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif , Profitabilitas (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0744 dengan standar deviasi 0,05424. Leverage (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,3650 dengan standar deviasi 0,17684. Ukuran perusahaan (X3) memiliki nilai rata-rata sebesar 22,4972 dengan standar deviasi 5,37598. Nilai perusahaan (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0173 dengan standar deviasi 0,00997.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas berdasarkan uji kolmogorof sminorv, diperoleh nilai Asymp.Sig,(2-tailed) sebesar 0,180. Karena nilai $0,180 > 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Uji Multikolinieritas, seluruh variabel memiliki nilai $VIF < 10$ dan Tolernace $> 0,10$ yang berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji heterokedastisitas, melalui uji Glejser, seluruh variabel (X1,X2,X3) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga model terbatas dari gejala heterokedastisitas. Uji autokorelasi, nilai Durbin Watson sebesar 0,733. Mengingat nilai berada di antara -2 hingga +2, maka tidak terdapat masalah autokorelasi.

Tabel.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.016	.001		13.575	.000
1 X1	-.001	.004	-.005	-.218	.828
X2	.049	.001	.870	35.636	.000
X3	-.001	.000	-.405	-18.423	.000

Hasil olah data Uji regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah

$$Y = 0,016 - 0,001X_1 + 0,049X_2 - 0,001X_3 + e$$

Uji hipotesis (H1), nilai signifikansi 0,828 ($>0,05$). H1 ditolak, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage (H2), nilai signifikansi 0,000($<0,05$), H2 diterima, leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (H3), nilai signifikansi 0,000($<0,05$), H3 diterima, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien determinasi (R^2), nilai Adjusted R Square sebesar 0,953, menunjukkan bahwa 95,3% variasi nilai perusahaan dijelaskan oleh model, sementara 4,7% dijelaskan variabel lain.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Shelia Abdi Sunarya dan Akhmad Riduwan (2024) yang juga menemukan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara teoretis, kondisi ini menunjukkan bahwa di sektor *Food and Beverage* selama periode 2022-2024, investor tidak menjadikan perolehan laba sebagai satu-satunya indikator penentu nilai perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan oleh fokus investor yang lebih tertuju pada faktor ketahanan operasional dan stabilitas perusahaan di tengah tantangan ekonomi global daripada sekadar angka profitabilitas jangka pendek.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian membuktikan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pranataliya et al (Pranataliya & Rahmawati, 2025), yang menyatakan bahwa *leverage* memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan *signaling theory*, penggunaan utang dalam proporsi yang wajar direspons positif oleh pasar sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik sehingga berani melakukan pendanaan eksternal untuk mendanai ekspansi bisnis.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini selaras dengan temuan Dhea et al (Marisha & Agustin, 2022) serta Adi Nugroho et al (A. Nugroho, Indriyatni, & Widodo, 2022) yang juga menemukan pengaruh negatif (atau negatif tidak signifikan) dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Secara empiris, pada sektor *Food and Beverage* dengan total aset yang besar, perusahaan cenderung menghadapi risiko inefisiensi birokrasi, tingginya biaya

keagenan, dan kompleksitas operasional, sehingga pasar cenderung memberikan valuasi yang lebih konservatif dibandingkan terhadap perusahaan yang memiliki skala lebih efisien.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024, dapat disimpulkan bahwa:

Profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor pada sektor *Food and Beverage* periode penelitian ini tidak menjadikan tingkat laba sebagai faktor utama dalam mengambil keputusan investasi, atau terdapat variabel lain yang lebih dominan dalam memengaruhi persepsi investor. *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini membuktikan bahwa pasar merespons penggunaan utang secara positif sebagai sinyal optimisme manajemen dalam melakukan ekspansi usaha yang diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan skala aset yang sangat besar cenderung dinilai kurang efisien oleh pasar, sehingga memberikan tekanan negatif terhadap nilai perusahaan di sektor ini. Secara simultan, variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terbukti mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 95,3%.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, P., & Djawoto, D. (2023). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(2).
- Attarik, M. M., Puspitasari, D., Chasanah, A. N., & Kusuma, P. J. (2026). Managerial Ownership as a Moderator of Financial Performance and Capital Structure in Enhancing Firm Value. *Journal Economic Business Innovation*, 3(1), 01-11.
- Bui, T. N., Nguyen, X. H., & Pham, K. T. (2023). The effect of capital structure on firm value: A study of companies listed on the Vietnamese stock market. *International Journal of Financial Studies*, 11(3), 100.
- Dina, D. A. S., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2018–2020). *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36-49.
- Marisha, D., & Agustin, S. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang

- terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(1).
- 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)*, 1(2), 165-172.
- Nugroho, D., & Nilmawati, N. (2026). The effect of ESG and financial characteristics on firm value: Evidence from non-financial IDX ESG leaders. *Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, 8(1), 47-64.
- Postiglione, M., Carini, C., & Falini, A. (2024). ESG and firm value: A hybrid literature review on cost of capital implications from Scopus database. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(6), 6457-6480.
- Pranataliya, S., & Rahmawati, M. I. (2025). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 14(4).
- Sholihah, F., & Idayati, F. (2024). PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 13(3).
- Spence, M. (1973). I the MIT press. *The quarterly journal of economics*, 87(3), 355-374.
- Sunarya, S. A., & Riduwan, A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 13(7).
- Veronica, C. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan.
- Vianti, M., Zakaria, A., & Fauzi, A. (2023). Analisis Pengaruh Variabel Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan.
- Wardhani, S., & Triyonowati. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Batu Bara Di BEI Tahun 2018-2022.
- Widyastuti, D. R., Wijayanti, A., & W, E. M. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 18(2), 294-304. doi:10.29264/jinv.v18i2.10617
- Wijaya, R. (2023). LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan.