

PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI BEI PERIODE 2023–2025

Nor Aida^{1*}, Apriya Santi², Netty Nurhayati³

^{1,2,3}Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, Indonesia

e-mail: aidanor2004@gmail.com

Abstract: *This research was conducted to examine and analyze (1) the effect of Profitability on Firm Value, (2) the effect of Firm Size on Firm Value, and (3) the simultaneous effect of Profitability and Firm Size on Firm Value. This research employs an associative quantitative approach. The sample was determined using a purposive sampling method, resulting in 45 observational data points obtained from 15 companies. The data source is secondary data collected through the official website of the Indonesia Stock Exchange. Data processing was carried out using IBM SPSS Statistics version 25. Based on the test results, the following findings were obtained: (1) Profitability has a positive and significant effect on firm value, as indicated by a regression coefficient of 0.078 and a significance level of 0.000; (2) Firm Size also has a positive and significant effect on firm value, with a regression coefficient of 0.045 and a significance level of 0.001; and (3) simultaneously, Profitability and Firm Size have been proven to have an effect, with an F-value of 19.073 and a significance level of 0.000. Furthermore, the Adjusted R Square value obtained is 0.451, indicating that the two independent variables are able to explain 45.1% of the variation in firm value, while the remaining 54.9% is attributable to other variables outside this study.*

Keywords: *profitability; firm size; firm value*

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis (1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, (2) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, dan (3) Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif asosiatif. Penentuan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, sehingga diperoleh 45 data observasi yang berasal dari 15 perusahaan. Sumber data berupa sekunder yang dikumpulkan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistic versi 25. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh temuan sebagai berikut: (1) Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan koefisien regresi 0,078 serta tingkat signifikan 0,000; (2) Ukuran Perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien regresi 0,045 dan signifikan 0,001; serta (3) secara simultan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh, dengan nilai F 19,073 serta signifikansi 0,000. Adapun nilai Adjusted R Square yang diperoleh 0,451, yang berarti kedua variabel independen tersebut dapat menguraikan 45,1% variasi yang terjadi pada nilai perusahaan, sementara sisanya sebesar 54,9% disebabkan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: nilai perusahaan; profitabilitas; ukuran perusahaan

Pendahuluan

Pasar keuangan memegang peranan yang sangat strategis dalam sistem perekonomian suatu negara, khususnya sebagai wahana penghimpunan dana jangka panjang dan instrumen alokasi modal yang efisien. Di Indonesia, Bursa Efek Indonesia (BEI) berfungsi sebagai pusat aktivitas investasi dimana menghubungkan perusahaan-perusahaan yang membutuhkan modal dengan para investor yang menginginkan imbal hasil optimal. Beberapa tahun terakhir pasar modal Indonesia menunjukkan tren dari berbagai sisi, baik dari sisi investor ataupun perusahaan yang terdapat, mencerminkan semakin tingginya kepercayaan publik terhadap instrumen berbasis yang terkait dengan pasar modal.

Salah satu pengukur keberhasilan utama yang sering dinilai oleh investor yaitu nilai perusahaan, yang mengacu pada bagaimana pasar memandang aset keseluruhan dan potensi pengembangan perusahaan di masa depan (Brigham & Houston, 2019). Tingkat valuasi sebuah perusahaan yang tinggi tidak menunjukkan ke arah kondisi keuangan yang baik, melainkan juga merepresentasikan kemakmuran pemegang saham secara keseluruhan. Pada dasarnya, valuasi perusahaan mencerminkan pada nilai sekarang dari aliran kas masuk diproyeksikan yang dipengaruhi oleh faktor risiko yang dihadapi perusahaan dan potensi pertumbuhan (Brealey et al., 2020). Dalam ranah pasar modal, nilai perusahaan lazimnya diprosikan dengan *Tobin's Q*, yaitu dengan menyandingkan nilai pasar perusahaan terhadap biaya perolehan kembali aset yang dimiliki. Peningkatan *Tobin's Q*, menandakan bahwa peningkatan kepercayaan investor terhadap masa depan organisasi. Tidak hanya itu, nilai suatu perusahaan juga dapat pula diamati melalui fluktuasi harga sahamnya di bursa. Saat para investor memiliki pandangan optimis mengenai kinerja serta masa depan perusahaan, biasanya permintaan terhadap sahamnya akan meningkat, yang berujung pada kenaikan harga saham. Di sisi lain, jika prospek perusahaan dinilai kurang baik, permintaan terhadap saham akan mengalami penurunan yang akhirnya akan merendahkan harga saham (Said et al., 2024).

Dalam konteks sektoral, bidang manufaktur berfungsi sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, kebutuhan tenaga kerja dan akumulasi nilai tambah produk. Sub sektor makanan dan minuman menempati posisi penting di antara berbagai sub sektor manufaktur karena karakteristiknya yang cenderung stabil dan berdaya saing tinggi. Perkembangan sektor ini didukung dengan meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat sebagai dampak dari pertumbuhan penduduk serta perubahan gaya hidup konsumtif. Besarnya kontribusi sub sektor makanan dan minuman tercermin dari sumbangan sebesar 6,55% terhadap PDB nasional dan 39,10% terhadap PDB industri nonmigas pada tahun 2023, yang menjadikannya sebagai kontributor utama dalam industri pengolahan. Nilai ekspor sektor ini pun mencapai US\$41,7 miliar pada tahun yang sama dengan pertumbuhan tercatat 4,47% dan diproyeksikan meningkat 5,5% pada tahun 2024 (Deny, 2024). Meski demikian, nilai perusahaan pada sektor ini masih menunjukkan fluktuasi yang dipengaruhi oleh kondisi makroekonomi, kinerja keuangan internal, serta dinamika penilaian investor di pasar modal.

Dalam rangka meningkatkan nilai suatu perusahaan, terdapat sejumlah faktor yang perlu dipertimbangkan. Penelitian ini memfokuskan kajian pada dua variabel utama, yakni profitabilitas dan ukuran perusahaan. Kemampuan menghasilkan keuntungan menggambarkan kapasitas entitas bisnis untuk memperoleh keuntungan finansial atas sumber daya yang

dikuasainya, dan besaran keuntungan tersebut umumnya dikalkulasikan dengan rasio *Return on Assets* (ROA). Berdasarkan sudut pandang Teori Sinyal, perusahaan yang menunjukkan tingkat laba cenderung memberikan sinyal positif kepada pasar mengenai efektivitas pengelolaan operasional mereka. Sinyal tersebut berpotensi memperkuat kepercayaan investor yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Jaya et al., 2023).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi keterkaitan antara dua variabel ini dengan nilai perusahaan, namun temuan mereka sering kali bervariasi. Fadila et al. (2023) membuktikan bahwa dalam perusahaan manufaktur sektor industri, kedua variabel tersebut berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, Pangestika dan Sunarto (2023), menunjukkan profitabilitas serta ukuran perusahaan tidak memiliki dampak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa relasi antar variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal pertama kali dicetuskan oleh Michael Spence pada tahun 1973, yang mengungkapkan jika setiap data yang diterima oleh pelaku pasar akan diinterpretasikan sebagai sinyal dalam proses pengambilan keputusan investasi. Konsep ini kemudian berkembang dan banyak digunakan dalam konteks keuangan perusahaan. Dalam hal ini, informasi yang disampaikan perusahaan kepada investor, seperti laporan keuangan atau tingkat profitabilitas dengan tujuan membantu investor memahami kinerja serta nilai perusahaan secara lebih tepat (Brigham & Houston, 2019).

Menurut teori ini, profitabilitas bertindak sebagai indikator positif mengenai kesehatan keuangan perusahaan dan potensinya di masa mendatang. Indikasi ini meningkatkan keyakinan mitra investasi sehingga menggerakkan minat beli atas saham perusahaan, yang berujung pada penguatan nilai keseluruhan. Skala perusahaan juga memiliki peranan penting dalam teori sinyal, dianggap lebih dapat dipercaya dan dihubungkan dengan pengurangan risiko. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk bertahan menghadapi fluktuasi ekonomi.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agen dikembangkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Keterhubungan *principal-agent* mengacu pada situasi di mana satu pihak atau sejumlah individu (prinsipal) menunjuk agen guna menjalankan suatu tanggung jawab serta mempercayakan mereka dengan wewenang pengambilan keputusan tertentu. Dinamika antara pemegang saham dan manajemen dapat menyebabkan kepentingan yang bertentangan. Akibatnya, evaluasi kinerja manajemen memerlukan pertimbangan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai metrik penting.

Profitabilitas

Menurut Siregar (2021), salah satu parameter penting yang digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan perusahaan terkait melaksanakan operasionalnya disebut profitabilitas. Tingkat yang konsisten menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menjaga kelangsungan operasional dalam jangka waktu lama. Oleh karena itu, profitabilitas memainkan peran krusial

dalam mempertahankan hidup perusahaan. Untuk mengukurnya, profitabilitas biasanya dihitung melalui rasio keuangan yang berfungsi sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan. Apabila profitabilitas berada pada level yang tinggi, hal ini mencerminkan kondisi finansial yang kokoh sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan keterkaitan investor terhadap saham perusahaan. Salah satu indikator yang lazim dipakai dalam mengukur profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA), yaitu pengukur menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan terhadap pendayagunaan total asetnya.

Ukuran Perusahaan

Besar kecilnya suatu perusahaan atau yang dikenal sebagai skala perusahaan dapat dinilai menggunakan beberapa parameter, di antaranya keseluruhan kekayaan, tingkat pendapatan usaha, dan besaran tenaga kerja. Lebih dari sekadar gambaran skala operasional, ukuran perusahaan turut menentukan sejauh mana perusahaan dapat mengakses sumber-sumber pembiayaan. Entitas bisnis berukuran besar umumnya memiliki akses yang lebih mudah dalam mendapatkan sumber pembiayaan, baik yang bersumber dari dalam maupun luar perusahaan, sehingga hal ini dapat berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan (Putranto & Martini, 2025). Di samping itu, ukuran perusahaan juga dikenal sebagai salah satu variabel yang memiliki pengaruh terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan (Setiowati et al., 2023).

Mengacu pada pengelompokan yang ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN), perusahaan dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok berdasarkan skala usahanya. Pertama, perusahaan besar merupakan perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp10 miliar serta mampu membukukan penjualan tahunan di atas Rp50 miliar. Kedua, perusahaan menengah didefinisikan sebagai perusahaan dengan kekayaan bersih berkisar antara Rp1 miliar hingga Rp10 miliar dan perolehan penjualan tahunan yang berada pada rentang Rp1 miliar sampai dengan Rp50 miliar. Ketiga, perusahaan kecil adalah perusahaan yang kekayaan bersihnya tidak melampaui Rp200 juta di luar nilai aset tanah dan bangunan, dengan penjualan tahunan paling sedikit sebesar Rp1 miliar.

Nilai Perusahaan

Mencerminkan pandangan penanam modal atas capaian kinerja suatu entitas bisnis, yang lazimnya tergambar kan lewat pergerakan harga sahamnya di bursa efek. Ketika harga saham suatu perusahaan mengalami kenaikan, hal tersebut menandakan adanya peningkatan pada nilai perusahaan itu sendiri. Sebaliknya, penurunan harga saham dapat menjadi sinyal bahwa nilai perusahaan sedang mengalami penurunan. Zahira dan Sulistyowati (2026) menegaskan bahwa nilai perusahaan memegang peranan yang sangat penting karena menjadi gambaran atas tingkat kesejahteraan para pemangku kepentingan. Tingginya nilai perusahaan cerminan kepercayaan pelaku pasar, baik atas kinerja perusahaan saat ini maupun potensi pertumbuhannya di masa mendatang. Dengan demikian, nilai perusahaan memiliki keterkaitan yang erat dengan dinamika harga saham di pasar keuangan. Peningkatan harga saham mengindikasikan bahwa nilai perusahaan tengah tumbuh, sekaligus mencerminkan optimisme masyarakat terhadap kecakapan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan finansial. Kondisi tersebut mengarahkan para penanam modal untuk bersedia mengambil bagian saham

pada harga lebih tinggi dengan harapan memperoleh imbal hasil yang lebih menguntungkan kedepannya (Indarini, 2019).

Metode

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, yakni suatu pendekatan yang berlandaskan pada pengolahan data numerik melalui prosedur statistik sehingga menghasilkan temuan yang objektif dan dapat diverifikasi secara empiris. Penelitian ini berupaya untuk mengeksplorasi sejauh mana pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan selaku variabel independen terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Saat proses pemilihan sampel, Kajian ini menerapkan teknik *purposive sampling*, yakni cara pemilihan sampel yang bertumpu pada persyaratan-persyaratan tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya sesuai dengan kebutuhan dan sasaran penelitian. Berdasarkan penerapan persyaratan tersebut, terpilih sebanyak 15 perusahaan yang layak dijadikan sampel penelitian, disertai total keseluruhan 45 data observasi yang mencakup rentang waktu dari tahun 2023 hingga 2025. Sumber data yang digunakan pada studi ini adalah data sekunder yang dihimpun dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan secara resmi melalui laman resmi Bursa Efek Indonesia (BEI). Adapun teknik analisis data yang diterapkan adalah regresi linier berganda, yang diterapkan untuk mengkaji dampak variabel-variabel independen terhadap variabel dependen baik secara bersama-sama maupun secara individual. Seluruh proses pengolahan dan analisis data pada penelitian ini dianalisis melalui bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

Hasil dan Diskusi

Hasil

Statistik Deskriptif

Tabel 1: Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	45	,32	19,44	8,5887	4,62286
Ukuran Perusahaan	45	14,45	31,08	22,7851	6,07026
Nilai Perusahaan	45	,23	2,73	1,4782	,69998

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Merujuk pada Tabel 1, variabel ukuran perusahaan memperlihatkan tingkat fluktuasi yang lebih besar dibandingkan variabel profitabilitas dan nilai perusahaan. Hal ini mencerminkan bahwa ukuran perusahaan lebih sensitif terhadap dinamika perubahan kondisi ekonomi selama periode pengamatan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2: Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas	Sig.	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,200	Normal

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Berdasarkan Tabel 2, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,200 ($>0,05$), mengindikasikan bahwa residual model memenuhi asumsi normalitas dan dapat diaplikasikan pada analisis statistik parametrik.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3: Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Profitabilitas	,980	1,021
Ukuran Perusahaan	,980	1,021

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Berdasarkan Tabel 3, kedua variabel independen memperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,980 ($>0,10$) dan VIF sebesar 1,021 (<10). Hal ini mengindikasikan bahwa model penelitian telah memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Profitabilitas	,844	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	,261	Tidak ada gejala heteroskedastisitas

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Tabel 4 menghasilkan nilai signifikansi pada variabel profitabilitas sebesar 0,844 ($>0,05$) dan variabel ukuran perusahaan sebesar 0,261 ($>0,05$). Mengingat keseluruhan variabel independen memperoleh nilai signifikansi yang berada di atas 0,05, kondisi ini membuktikan bahwa model penelitian terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Autokorelasi

Tabel 5: Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	Keterangan
2,120	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Merujuk Tabel 5, didapatkan nilai Durbin-Watson sebesar 2,120. Nilai ini selanjutnya dibandingkan melalui nilai batas bawah (dL) sebesar 1,4298 dan nilai batas atas (dU) sebesar 1,6148 pada taraf signifikansi 5%. Dikarenakan nilai DW yang diperoleh berada pada rentang dU dan 4-dU, yakni memenuhi kondisi $dU < d < 4-dU$ ($1,6148 < 2,120 < 2,3852$), maka model kajian ini terbebas dari gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t	Sig.
Konstanta	-,224	-,697	,489
Profitabilitas	,078	4,546	,000
Ukuran Perusahaan	,045	3,490	,001

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Pengolahan data melalui analisis regresi linier berganda menghasilkan model persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = -0,224 + 0,078 X_1 + 0,045 X_2 + \varepsilon$$

Nilai konstanta sebesar -0,224, memiliki arti bahwa apabila variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan bernilai nol, maka nilai perusahaan diprediksi berada pada angka tersebut. menunjukkan bahwa arah hubungan searah dan bermakna signifikan secara statistik. Koefisien ukuran perusahaan positif (0,045) artinya, peningkatan ukuran perusahaan akan diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan secara bersamaan.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 7: Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	t	Sig.	Keputusan
Profitabilitas	4,546	,000	Diterima
Ukuran Perusahaan	3,490	,001	Diterima

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Profitabilitas selaku variabel independen memperoleh t hitung sebesar 4,546 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), yang berarti hipotesis pertama diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai t hitung sebesar 3,490 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$), yang mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua diterima.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 8: Hasil Uji F (Uji Simultan)

F	Sig.	Keputusan
19,073	,000	Diterima

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Tabel 8 memperlihatkan bahwa nilai F hitung sebesar 19,073 pada tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Angka tersebut mengindikasikan bahwa keseluruhan variabel independen secara serentak berkontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9: Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

R Square	Adjusted R Square
,476	,451

Sumber: Analisis dari sumber primer (2026)

Berdasarkan Tabel 9 nilai R^2 sebesar 0,451 yang berarti bahwa sebesar 45,1% perubahan yang terjadi pada nilai perusahaan mampu diuraikan oleh variabel-variabel independen

diikutsertakan dalam model penelitian ini. Adapun selebihnya sebesar 54,9% dipengaruhi variabel lain yang berada di luar cakupan model yang digunakan.

Diskusi

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Perhitungan secara parsial melalui uji t mengindikasikan bahwasanya profitabilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan temuan Wahyuningrum dan Sunarto (2023), yang menegaskan bahwa profitabilitas yang digambarkan melalui *Return on Assets* (ROA) mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini bertentangan dengan studi yang dilakukan oleh Pangestika dan Sunarto (2023), yang memperoleh kesimpulan di mana profitabilitas belum memberikan pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil secara parsial melalui uji t menunjukkan yakni ukuran perusahaan terbukti memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil yang diperoleh Wahyuningrum dan Sunarto (2023), menegaskan ukuran perusahaan mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, temuan ini kontradiktif dengan hasil studi Samosir et al. (2026), menyimpulkan jika ukuran perusahaan gagal terbukti memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut barangkali disebabkan oleh adanya perbedaan pada rentang waktu penelitian serta jumlah sampel yang dianalisis.

Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengukuran secara langsung melalui uji F mengungkapkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas dan ukuran perusahaan apabila kedua variabel tersebut diuji dalam waktu yang bersamaan. Ini sesuai dengan penemuan Rizqi et al., (2025), yang menyimpulkan variabel independen yang digunakan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara simultan. Namun, temuan ini tidak konsisten dengan penelitian Mu'az dan Sutanti (2026), yang menyimpulkan bahwa kombinasi kedua variabel makroekonomi tersebut memiliki relevansi yang berbeda. Ini mengindikasikan bahwa kedua variabel saling berinteraksi secara sinergis dan memperkuat satu sama lain dalam membentuk nilai perusahaan.

Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan analisis dalam rentang waktu 2023-2025, profitabilitas memberikan dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis pertama (H1) diterima, menunjukkan setiap kenaikan dalam profitabilitas perusahaan akan diiringi oleh kenaikan nilai perusahaan. Temuan tersebut memperkuat Teori Sinyal, di mana tingkat profitabilitas berperan sebagai indikator positif bagi para investor, sehingga turut mendorong kepercayaan pasar dan nilai pasarnya. Di sisi lain, pertumbuhan ukuran perusahaan juga terbukti berbanding lurus dengan kenaikan nilai perusahaan, hipotesis kedua (H2) pun diterima. Di samping itu, pengaruh simultan antara profitabilitas dan ukuran perusahaan terbukti signifikan terhadap nilai

perusahaan. Ini mendatangkan kondisi makro ekonomi secara keseluruhan tetap memainkan peran kunci dalam membentuk pasar modal di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi yang dapat diberikan ditujukan kepada pihak manajemen perusahaan, para investor, dan penelitian di masa depan. Untuk manajemen perusahaan di sektor manufaktur makanan dan minuman, sangat penting untuk terus meningkatkan profit dengan cara mengoptimalkan efisiensi operasional, mengelola biaya lebih efektif, serta memaksimalkan penggunaan aset agar dapat meraih keuntungan yang optimal. Selain itu, ekspansi ukuran perusahaan idealnya diiringi dengan pengelolaan aset secara efisien, inovasi produk, peningkatan standar kualitas, dan perluasan pangsa pasar guna meningkatkan daya saing dan memberikan efek positif terhadap nilai perusahaan. Bagi para investor, perkembangan dijadikan salah satu rujukan dalam proses pengambilan keputusan investasi dengan menjadikan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai indikator utama dalam mengevaluasi prospek serta nilai perusahaan. Sementara itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan kajian dengan mengikutsertakan berbagai variabel lain yang dimungkinkan berdampak pada nilai entitas bisnis, antara lain komposisi permodalan, kemampuan membayar kewajiban jangka pendek, serta kebijakan pembagian keuntungan, tingkat utang, maupun kondisi perekonomian. Penelitian ini juga dapat diperluas ke sektor industri atau periode waktu yang berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik.

Penulis menyadari yakni penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan. Salah satunya, kajian ini hanya terfokus pada beberapa perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam rentang tahun 2023 hingga 2025, sehingga hal tersebut membatasi kemampuan generalisasi temuan pada sektor industri lain maupun periode waktu yang berbeda. Di samping itu, variabel-variabel yang diteliti terbatas pada profitabilitas dan skala perusahaan, padahal ada variabel-variabel lain yang turut memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran sampel yang digunakan cukup kecil, hanya terdiri dari 45 data, sehingga tidak mencukupi untuk secara tepat mewakili seluruh populasi perusahaan. Oleh karena itu, penulis berharap penelitian di masa yang akan datang dapat memperbesar ukuran sampel, menambahkan variabel lain, serta memperpanjang jangka waktu observasi untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif dan meningkatkan tingkat keberhasilan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan selama proses penelitian. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, dan dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Referensi

Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, . . . Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

- Alifian, D., Selvida, N., Bennany, S., & Susilo, D. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Energi Tahun 2020-2021. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 292-305.
- Anasti, R., Anasta, L., Harnovinsah, & Oktris, L. (2022). *Sukses Menyelesaikan Skripsi dengan Metode Penelitian Kuantitatif dan Analisis Data SPSS*. Salemba Empat.
- Br Samosir, Y., Tambunan, P., Manalu, E., Mesrawati, & Situmorang, C. (2026). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Harga Saham , dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 529-544.
- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. (2020). Prinsip Keuangan Perusahaan. *Jurnal Manajemen Risiko Keuangan*.
- Brigham, E., & Houston, J. (2019). Dasar-Dasar Keuangan. Cengage Learning.
- Cindy, C., Saerang, I., & Sumarauw, J. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Equity dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Indeks Saham Infobank-15 di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022. *Jurnal EMBA*, 374-385.
- Deny, S. (2024, Maret 26). Bangkit dari Pandemi, Ekspor Industri Makanan Minuman Indonesia Tembus USD 41,7 Miliar. Diambil kembali dari LIPUTAN 6: https://www.liputan6.com/bisnis/read/5560037/bangkit-dari-pandemi-ekspor-industri-makanan-minuman-indonesia-tembus-usd-417-miliar?page=4&utm_source=chatgpt.com
- Dewi, N., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. *E- Jurnal Manajemen*, 3028-3056.
- Dzahabiyya, J., Jhoansyah, D., & Danial, R. M. (2020). Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin's Q. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 46-55.
- Eko Putranto, & Martini. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019–2023. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 395-418.
- Ferdila, Mustika, I., & Martina, S. (2023). Pengaruh Firm Size, Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 3274-3284.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, I., & Tasliyah, M. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 95-120.
- Indrarini, D. (2019). Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba. Scopindo Media Pustaka.
- Indrawati, T., Budiyanto, & Suhermin. (2023). *Peran Moderasi Good Corporate Governance Pengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

- Jaya, A., Kuswandi, S., Prasetyandari, C. W., Baidlowi, D., Mardiana, Ardana, Y., . . . Muchsidin, M. (2023). Manajemen Keuangan. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Junita, M., & Siagian, A. (2019). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Bank Buku III Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Satya Mandiri*, 1-13.
- Lusmeida, H., & Sudardja, C. (2024). Mampukah Kebijakan Dividen Memoderasi Kinerja ESG, Profitabilitas, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Mahastanti, L., & Nugrahanti, Y. (2021). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 384-398.
- Mu'az, K., & Sutanti. (2026). Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 393-405.
- Novianti, M., Abbas, D., & Aulia, T. (2024). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 56-66.
- Nurfitriani, I. (2023). Pengaruh Rasio Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023). *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 385-396.
- 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). *Journal of Economic, Business and Accounting*, 2634-2650.
- Pebrianti, W., Asusti, P., & Sugeng. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 216-234.
- Petersen, K., & Nuringsih, K. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Goods. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 226-235.
- Putri, I. A., Budiyo, & Triyonowati. (2023). Financial Performance and Firm Value: The Role of Signaling Theory. *Journal of Scientific Research and Management*, 4775-4783.
- Rizqi, V., Ristiani, R., & Arnova, I. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 1295-1302.
- Saidi, Sujai, Y. I., & Salim, A. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham dengan nilai perusahaan sebagai variabel intervening (Studi Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022). *E-Bisma*, 74-90.
- Setiowati, D. P., Salsabila, N. T., & Eprianto, I. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *JURNAL ECONOMINA*, 2137-2146.
- Sugiyono, P. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Siregar. (2021). Pengantar Manajemen dan Bisnis. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Statistik Indonesia 2024. (2024, Februari 28). Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik (BPS):
<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/c1bacde03256343b2bf769b0/statistik-indonesia-2024.html>

- Wahyuningrum, A. D., & Sunarto. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 122-136.
- Widiantari, I., Ernawati Ningsih, N., & Suryandari, N. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023. *Jurnal KHARISMA*, 201-213.
- Zahirah, F., & Sulistyowati, E. (2026). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1-16.