



---

## Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Pande Putu Dharma Praja Dinatha<sup>1</sup>, I Nengah Suarmanayasa<sup>2</sup>

Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia<sup>1-2</sup>

Email Korespondensi : [pande.dharma@student.undiksha.ac.id](mailto:pande.dharma@student.undiksha.ac.id)<sup>1</sup>,

[nengah.suarmanayasa@undiksha.ac.id](mailto:nengah.suarmanayasa@undiksha.ac.id)<sup>2</sup>

---

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 09 Mei 2026

---

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of company growth, company size, and profitability on company value in the food and beverage subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange using a panel data regression method. This study uses a quantitative approach and secondary data obtained from the company's annual financial reports published on the official website of the Indonesia Stock Exchange. The population used is companies with complete financial reports during the study period, with a total of 15 companies and a sample of 45 data. Panel data regression was chosen to accommodate the time dimension and cross-entity to obtain more accurate estimates. Although the results show that company growth and company size do not have a significant effect on company value, either partially or simultaneously. These findings are expected to provide input for investors and food and beverage subsector companies in paying attention to or managing company value.*

**Keywords:** *firm growth, firm size, firm value, profitability.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan (*growth*), ukuran perusahaan (*size*) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan metode regresi data panel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasikan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Populasi yang digunakan perusahaan yang laporan keuangannya lengkap selama periode penelitian dengan jumlah 15 perusahaan dan Sampel yang digunakan sejumlah 45 data. Regresi data panel dipilih untuk mengakomodasi dimensi waktu dan lintas entitas guna memperoleh estimasi yang lebih akurat. Walaupun hasil menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi investor serta perusahaan subsektor makanan dan minuman dalam memperhatikan ataupun mengelola nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan.*

### PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan dunia industri di Indonesia semakin pesat khususnya subsektor makanan dan minuman. Perusahaan manufaktur pada sektor

industri barang konsumsi memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, subsektor makanan dan minuman berkontribusi signifikan terhadap laju perekonomian Indonesia. Maka ini merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan, perputaran ekonomi di Indonesia yang terus bertumbuh juga mendukung bisnis makanan dan minuman berjalan dengan baik dan terus berkembang pesat dengan tujuan utamanya yaitu *go public* pada Bursa Efek Indonesia (Telagawathi et al., 2021).

Nilai perusahaan adalah satu dari beberapa bagian penting yang tidak bisa terlepas dari perusahaan yang *go public* pada Bursa Efek Indonesia, karena nilai perusahaan dapat menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah suatu persepsi bagi para investor terhadap tingkat keberhasilan sebuah perusahaan dengan gambaran pada harga sahamnya (Putra et al., 2021). Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik, dikelola secara efisien, dan mampu menghasilkan keuntungan secara konsisten.

Pemilihan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis dan relevansi data, dimana subsektor makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang paling stabil dan terus bertumbuh bahkan pada saat ketidakpastian ekonomi global. Ketersediaan data laporan keuangan yang lengkap dan terstandarisasi di Bursa Efek Indonesia juga mendukung validitas penelitian ini.

**Tabel 1. Daftar Sampel Penelitian (Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Pada Bursa Efek Indonesia)**

No.	Nama	Kode	N
1	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	3
2	PT. Mayora Indah Tbk	MYOR	3
3	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	GOOD	3
4	PT. Nippon Indosari Corpindon Tbk	ROTI	3
5	PT. Siantar Top Tbk	STTP	3
6	PT. Delta Djakarta Tbk	DLTA	3
7	PT. Unilever Indonesia Tbk	UNVR	3
8	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA	3
9	PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk	ULTJ	3
10	PT. Akasha Wira International Tbk	ADES	3
11	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	3
12	PT. Mulia Boga Raya Tbk	KEJU	3
13	PT. Sreeya Sewu Indonesia Tbk	SIPD	3
14	PT. Sekar Laut Tbk	SKLT	3
15	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP	3

Sumber: <https://www.idx.co.id>

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan sejumlah 81 perusahaan yang terdaftar pada BEI tahun 2025 serta ditetapkan 15 perusahaan menjadi bahan penelitian yang memiliki laporan keuangan yang lengkap selama periode penelitian. Maka dari itu, 15 perusahaan terpilih pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 dengan total banyak laporan keuangan yaitu 30 laporan keuangan selama periode 3 tahun terakhir.

---

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan (Ferjiana et al., 2023). Fajriah (2022) bahwa pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nuradawiyah et al., (2020) menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, struktur modal dan harga saham. Anggraini et al., (2022) menyatakan nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan penjualan, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan umur perusahaan. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan menggunakan variabel pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan. Karena variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh perusahaan berpengaruh dominan pada penelitian, selain itu variabel ukuran perusahaan berpengaruh dominan ada penelitian Hidayat et al., (2022).

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena investor lebih tertarik terhadap perusahaan yang telah terbukti perkembangannya atau perusahaan yang besar, dibandingkan dengan perusahaan yang belum memiliki perkembangan secara signifikan atau bisa dibilang perusahaan kecil. Pertumbuhan perusahaan yang pesat perlu adanya dana untuk membiayai perusahaan, dari pertumbuhan ekonomi juga dapat melihat gambaran apakah suatu perusahaan mengalami perkembangan atau tidak. Prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan akan memberi sinyal kepada investor serta dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga sebagai faktor pendukung lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini terjadi dikarenakan ukuran perusahaan disinyalir memainkan peran yang lebih signifikan dalam menentukan ketahanan dan kemampuan adaptasi perusahaan (Yudiaatmaja, 2025). Hal ini juga diungkapkan oleh Hidayat et al., (2022) variabel *size* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan sering kali digunakan untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam hal memenuhi biaya operasional, sebab semakin besar ukuran perusahaan maka menandakan bahwa aset yang dimiliki perusahaan semakin meningkat. Ukuran perusahaan dalam hal menjadi tolak ukur dalam menentukan tingkat kepercayaan investor. Perusahaan yang besar memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar serta dapat menarik investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Yudiaatmaja, 2025).

Selain kedua faktor tersebut terdapat juga satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu profitabilitas, dimana profitabilitas itu merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan yang baik pastinya akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan akan menjamin keberlangsungan perusahaan tersebut (Suarmanayasa et al., 2021). Pendapat sejalan juga diungkapkan pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad et al., (2022) profitabilitas adalah pengukuran rasio dari efektivitas manajemen secara

---

keseluruhan dengan ditunjukkan besar kecilnya tingkat keuntungan yang didapat baik dengan penjualan maupun investasi. Penelitian ini menggunakan indikator *Return on Equity* (ROE) dalam pengukuran variabel profitabilitas, dimana ROE merupakan keahlian industri dalam menciptakan profit modal sendiri yang dimiliki. Menaksir keahlian industri dalam mendapatkan laba yang ada untuk pemegang saham undstri ataupun untuk mengenali besarnya pengembalian yang diberikan industri dari owner, perbandingan ini membuktikan efisiensi pemakaian modal sendiri (Triadi & Suarmanayasa, 2021).

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif berbentuk regresi data panel dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi yang digunakan adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dengan kriteria sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan lengkap di Bursa Efek Indonesia dari periode 2022-2024 dengan 15 perusahaan terpilih.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan data sekunder yang telah dipublikasi melalui sumber-sumber resmi. Sumber data utama berasal dari situs resmi BEI (<https://www.idx.co.id/id>), situs penyedia informasi pasar saham seperti RTI Business dan Trading View. Pengumpulan data dilakukan dengan mengunduh laporan keuangan dan informasi harga saham sesuai dengan periode penelitian yaitu periode 2022-2024. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Data yang telah terkumpul diolah menggunakan metode analisis regresi data panel. Analisis regresi data panel bertujuan untuk menguji dan mengukur pengaruh variabel independen yang terdiri dari pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman terdaftar di BEI periode 2022-2024. Metode ini digunakan karena mampu menggabungkan data lintas waktu (*time series*) dan lintas perusahaan (*cross section*) sehingga hasil dari analisis menjadi lebih akurat dan presisi dalam menggambarkan kondisi keuangan dari masing-masing perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 45 data, yang diperoleh dari 15 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 3 tahun pengamatan yaitu 2022-2024. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi deskripsi dari setiap variabel yang mencakup mean, median, maximum, minimum hingga standar deviasi. Berikut adalah hasil tabel analisis deskriptif untuk masing-masing variabel dalam penelitian dilihat pada Tabel 2

**Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Statistik	Y	X1	X2	X3
Mean	2.825778	0.071956	23.39556	0.260044
Median	2.510000	0.050000	27.48000	0.160000
Maximum	8.980000	0.290000	31.02000	1.560000
Minimum	0.560000	-0.090000	14.31000	0.002000
Std. Dev.	1.897932	0.106801	6.069314	0.347058
Skewness	1.365547	0.475227	-0.253871	2.911139
Kurtosis	4.985439	2.049280	1.330649	10.06139
Jarque-Bera	21.37658	3.388560	5.708503	157.0540
Probability	0.000023	0.183731	0.057599	0.000000
Sum	127.1600	3.238000	1052.800	11.70200
Sum Sq. Dev.	158.4945	0.501886	1620.809	5.299764
Observations	45	45	45	45

Sumber : (Lampiran Hasil Eviews versi 12)

Terdapat tiga model analisis yang digunakan dalam regresi data panel yaitu *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Oleh karena itu, Langkah pertama yang dilakukan Adalah pemilihan model terbaik dari ketiga model tersebut. Uji *chow* adalah pengujian untuk memilih model estimasi yang tepat antara *Common Effect Model* atau *Fixed Effect Model*.

**Tabel 3. Hasil Uji Chow**

Reduntant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	2.255194	(14,27)	0.0339
Cross-section Chi-square	34.849443	14	0.0015

Sumber : (Lampiran Hasil Eviews versi 12)

Berdasarkan hasil Uji *Chow* (*Redundant Fixed Effects Tests*), diperoleh nilai profitabilitas Cross-section F sebesar 0,0339 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan hasil ini menunjukkan bahwa  $H_0$  yang menyatakan bahwa model *Common Effect Model* sudah memadai ditolak, sehingga penggunaan *Fixed Effect Model* dianggap sebagai model layak untuk digunakan.

**Tabel 4. Hasil Uji Hausman**

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	3.756793	3	0.2890

Sumber : (Lampiran Hasil Eviews versi 12)

Tahap selanjutnya adalah Uji Hausman yang bertujuan untuk menentukan pemilihan antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Hasil Uji Hausman

menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0,2890 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga  $H_0$  diterima dan model yang layak digunakan adalah *Random Effect Model*.

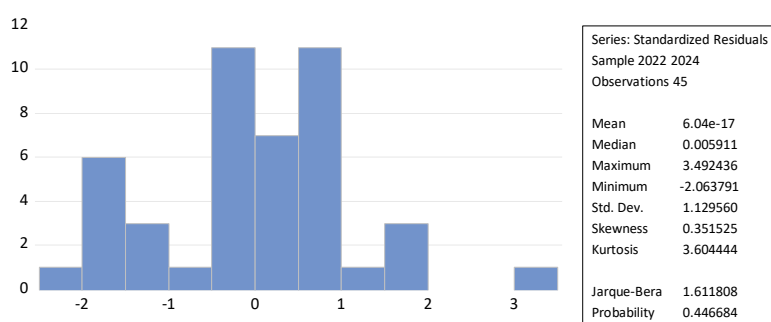
**Tabel 5. Uji Lagrange Multiplier**

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	1.972776 (0.1602)	1.454768 (0.2278)	3.427544 (0.0641)

Sumber : (Lampiran Hasil Eviews versi 12)

Uji *Lagrange Multiplier* merupakan pengujian yang dilaksanakan untuk menentukan apakah model yang lebih tepat digunakan antara *Common Effect Model* (CEM) atau *Random Effect Model* (REM). Hasil Uji *Lagrange Multiplier* menunjukkan hasil signifikan *cross-section random* sejumlah 0,1602 lebih besar dari 0,05. Sehingga ditetapkan bahwa hasil  $H_0$  disetujui, dan model yang layak untuk digunakan pada kajian adalah *Common Effect Model* (CEM).

Pengujian selanjutnya adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Uji normalitas digunakan uji menggunakan uji Jarque-Bera (JB test).



**Gambar 1. Uji Normalitas**

Sumber : (Lampiran Hasil Eviews versi 12)

Hasil pengujian normalitas pada Gambar 1 diketahui nilai *Jarque-Bera* sejumlah 1,611808 dan probabilitasnya 0,446684 > 0,05. Sehingga dibuktikan data penelitian telah berdistribusi secara normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan linier yang sempurna serta pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model-model regresi. Jika pada variabel-variabel yang menjelaskan korelasi satu dengan yang lainnya, maka akan sangat sulit untuk memisahkan pengaruh dari masing-masing dan untuk mendapatkan penaksir yang lebih baik bagi koefisien-koefisien regresi (Mintarti Indartini, 2024). Adapun berikut ini dasar pengambilan keputusan menurut Napitupulu et al., (2021:141)

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas**

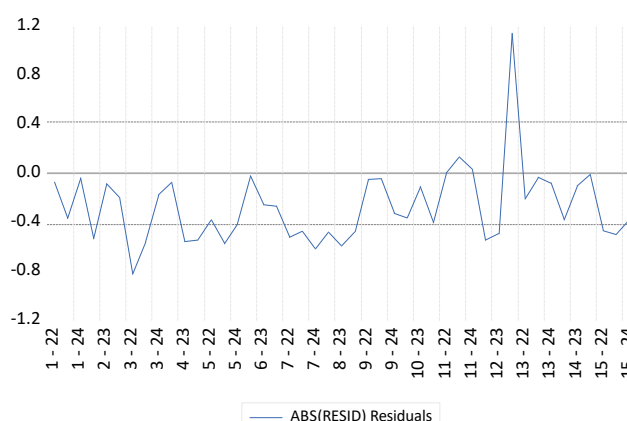
Variabel	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.147506	-0.229843
X2	0.147506	1.000000	-0.235208
X3	-0.229843	-0.235208	1.000000

(Sumber : Data diolah menggunakan Eviews versi 12)

Tabel 6 menginformasikan bahwa nilai korelasi  $X_1$  dan  $X_2$  adalah  $0,147506 < 0,85$ , korelasi  $X_1$  dan  $X_3$  adalah  $-0,229843 < 0,85$ , korelasi  $X_2$  dan  $X_3$  adalah  $-0,235208$ .

Maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan pada data penelitian tidak ditemukan gejala multikolinearitas.

Pengujian data yang disebut dengan uji heteroskedastisitas yaitu mencari bukti perbedaan varians residual pada pengamatan yang berbeda di dalam model regresi. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai residual, yang mengindikasikan varians residual sama saat tidak melewati batas antara 500 dan -500. Hasilnya, baik uji heteroskedastisitas maupun gejalanya tidak terjadi (Napitupulu et al., 2021).



**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : (Lampiran Hasil Eviews versi 12)

Pada Gambar 2 terlihat bahwa nilai residual yang paling tinggi adalah 1,2 dan nilai residual paling rendah yaitu -1,2. Nilai ini memenuhi standar batas atas yaitu 500, dan batas bawah -500. Dengan demikian, dari hasil tersebut ditemukan bahwa data penelitian tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Gejala autokorelasi terjadi karena akibat adanya korelasi antara anggota dari serangkaian observasi yang terurut menurut waktu (*time series*) atau menurut ruang (*cross-section*) dan antara variabel bebas yang digunakan merupakan *lagged* dari variabel terikat. Jika terdapat autokorelasi maka dapat dikatakan bahwa koefisiensi korelasi kurang akurat. Untuk mengetahui adanya autokorelasi maka digunakan uji *Durbin-watson*. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai dari *Durbin-watson* yaitu sebagai berikut (Mintarti Indartini, 2024).

**Tabel 7. Uji Autokorelasi**

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags			
F-statistic	2.114769	Prob. F(2,38)	0.1346
Obs*R-squared	4.406860	Prob. Chi-Square(2)	0.1104

(Sumber : Data diolah menggunakan Eviews versi 12)

Hasil uji *Durbin-Watson* menunjukkan  $dL \leq DW \leq dU$  yaitu berarti tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Untuk mengantisipasi adanya pelanggaran asumsi klasik berupa autokorelasi pada model *Common Effect Model* (CEM), maka penelitian ini menggunakan uji autokorelasi LM test. Jika nilai probabilitas *Obs\* R-squared*  $< 0,05$  maka berkesimpulan data tidak lolos dalam uji autokorelasi. Sebaliknya, jika nilai probabilitas *Obs\* R-squared*  $> 0,05$  dengan kesimpulan data lolos

dalam uji autokorelasi. Berdasarkan hasil nilai probabilitas  $Obs^* R-squared$  sebesar  $0,1104 > 0,05$  maka bisa disimpulkan bahwa asumsi uji autokorelasi terpenuhi atau lolos dalam uji autokorelasi.

CEM terpilih menjadi model yang diaplikasikan untuk penelitian ini yang berasal dari estimasi pemilihan model yang paling sesuai yang dilakukan sebelumnya. Kesiimpulan dari estimasi model regresi, berdasarkan *Common Effect Model*, diuraikan dibawah ini.

**Tabel 8. Hasil Regresi data panel *Common Effect Model***

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.126974	0.767985	1.467443	0.1499
X1	0.990294	1.705518	0.580641	0.5647
X2	0.019330	0.030051	0.643224	0.5237
X3	4.519666	0.534087	8.462416	0.0000

(Sumber : Data diolah menggunakan Eviews versi 12)

Berdasarkan Tabel 3.7 diatas, diperoleh hasil nilai konstanta sebesar 1,126 nilai koefisien pertumbuhan perusahaan sebesar 0,990, nilai koefisien ukuran perusahaan sebesar 0,019 dan nilai koefisien profitabilitas sebesar 4,519. Dari hasil tersebut dapat dibentuk persamaan model seperti dibawah.

$$R_i = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

$$R_i = 1,126 + 0,990X_1 + 0,019X_2 + 4,519X_3 + \varepsilon$$

Nilai konstan sebesar 1,126 artinya apabila nilai perusahaan ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ), dan profitabilitas ( $X_3$ ) nilainya sama dengan nol, maka nilai perusahaan ( $Y$ ) sebesar 1,126 %.

Koefisien pertumbuhan perusahaan sebesar 0,990 membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap lonjakan satu kesatuan pertumbuhan perusahaan, akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,990, dengan asumsi bahwa faktor independen lainnya tetap.

Koefisien ukuran perusahaan senilai 0,019 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Indikasi ini memiliki arti bahwa setiap kenaikan satu kesatuan dari ukuran perusahaan akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,019, dengan asumsi variabel lain konstan.

Koefisien profitabilitas senilai 4,519 mengindikasikan bahwa profitabilitas berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Indikasi ini memiliki arti bahwa setiap kenaikan profitabilitas, maka nilai perusahaan akan mendapati lonjakan angka sebesar 4,51 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Seluruh efek independen dengan variabel dependen dapat dinilai dengan menggunakan uji F. Hubungan secara simultan seluruh variabel independen terhadap nilai perusahaan diujikan menggunakan menggunakan uji F dengan besaran signifikan 0,05.

**Tabel 9. Hasil Uji F**

R-squared	0.645793	Mean dependent var	2.825778
Adjusted R-squared	0.619875	S.D. dependent var	1.897932
S.E. of regression	1.170156	Akaike info criterion	3.236839

Sum squared resid	56.13987	Schwarz criterion	3.397431
Log likelihood	-68.82887	Hannan-Quinn criter.	3.296706
F-statistic	24.91717	Durbin-Watson stat	1.092860
Prob (F-statistic)	0.000000		

(Sumber : Data diolah menggunakan Eviews versi 12)

Terlihat hasil uji F pada Tabel 9, ditemukan F hitung senilai 24,91717. Pada signifikansi  $\alpha = 0,05$ , nilai F tabel untuk (df1) = 3 dan (df2) = 41 yakni senilai 2,832747. Jadi dengan membandingkan keduanya, ditemukan F hitung sebesar 24,91717 lebih tinggi nilainya dari F tabel 2,832747 dan angka probabilitas F-statistik  $0,000000 < 0,05$ . Mengindikasikan bahwa penolakan  $H_0$  dan penerimaan  $H_1$ . Oleh karena itu dapat dinyatakan secara keseluruhan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ) dan profitabilitas ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel nilai perusahaan ( $Y$ ). Hasil penemuan keseluruhan mengindikasikan apabila variabel independen dalam kajian mampu menjelaskan variabel dependen.

Jangkauan yang luas dari masing-masing variabel independen memberikan efek kepada variabel dependen, maka digunakan uji t. Pelaksanaan pengujian bertujuan untuk melihat luas efek secara parsial faktor-faktor independen terhadap dependen yaitu nilai perusahaan. Tingkat signifikansi untuk pengujian ini ditetapkan sebesar  $\alpha = 0,05$ . Berikut adalah dasar pengambilan kesimpulan.

**Tabel 10. Hasil Uji t**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.126974	0.767985	1.467443	0.1499
X1	0.990294	1.705518	0.580641	0.5647
X2	0.019330	0.030051	0.643224	0.5237
X3	4.519666	0.534087	8.462416	0.0000

(Sumber : Data diolah menggunakan Eviews versi 12)

Variabel  $X_1$  yaitu pertumbuhan perusahaan memiliki jumlah thitung sebesar  $0,580641 < t$  tabel  $2,016692$  dan probabilitas  $0,5647 > 0,05$  yang berdasarkan ketentuan pengambilan keputusan bahwa  $H_0$  diterima. Dengan demikian pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Variabel  $X_2$  yaitu ukuran perusahaan memiliki jumlah thitung sebesar  $0,643224 < t$  tabel  $2,016692$  dan probabilitas  $0,5237 > 0,05$ , berdasarkan pengambilan keputusan bahwa  $H_0$  diterima. Sehingga variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Variabel  $X_3$  yaitu profitabilitas memiliki jumlah thitung sebesar  $8,462416 > t$  tabel  $2,016692$  dan probabilitas  $0,0000 < 0,05$ , berdasarkan pengambilan keputusan bahwa  $H_1$  diterima. Sehingga variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

*R-squares*, yang dapat digunakan untuk mewakili koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah ukuran regresi penting yang menunjukkan kelayakan model regresi yang diestimasi. Koefisien determinasi mengindikasikan variabel bebas yang mampu mengidentifikasi variabel terikat. Karena mencakup tiga variabel independen diteliti  $X_1$  (pertumbuhan perusahaan),  $X_2$  (ukuran perusahaan), dan  $X_3$  (profitabilitas). Maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* yang diperhatikan.

**Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

R-squared	0.017889	Mean dependent var	0.649726
Adjusted R-squared	-0.054860	S.D. dependent var	0.648778
S.E. of regression	0.666336	Sum squared resid	11.98811
F-statistic	0.245904	Durbin-Watson stat	1.301733
Prob (F-statistic)	0.783730		

(Sumber : Data diolah menggunakan Eviews versi 12)

Berdasarkan Tabel 11, diinformasikan nilai *adjusted R-square* sejumlah 0,019875 atau 1,9875%. Hasil mengindikasikan bahwa pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas mampu memberikan implikasi terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 1,9875% dan diberi oleh variabel lain diluar penelitian sebesar 98,0125%.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan F hitung senilai 24,91717. Pada signifikansi  $\alpha = 0,05$ , nilai F tabel untuk (df1) = 3 dan (df2) = 41 yakni senilai 2,832747. Jadi dengan membandingkan keduanya, ditemukan F hitung sebesar 24,91717 lebih tinggi nilainya dari F tabel 2,832747 dan angka probabilitas F-statistik  $0,000000 < 0,05$ . Maka, perbandingan ini memperlihatkan variabel bebas memberikan implikasi yang signifikan terhadap variabel terikat pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Besaran sumbangan kepada nilai perusahaan hanya sebesar 1,9875% yang dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Hasil ini mengindikasikan diterimanya hasil hipotesis penelitian. Terlihat bahwa dari keseluruhan variabel independen yang termasuk kedalam model regresi hanya profitabilitas ( $X_3$ ) secara parsial mampu berpengaruh terkait variabel dependen.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajriah et al., (2022) dan juga Hidayat et al., (2022) pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan total aset perusahaan belum tentu secara langsung meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Investor cenderung mempertimbangkan faktor lain seperti profitabilitas dan efektivitas pengelolaan aset sebelum memberikan penilaian terhadap perusahaan. Sementara itu, dalam penelitian yang sama ditemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa semakin besar skala perusahaan belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan apabila tidak diiringi dengan efisiensi operasional yang baik. Hasil konsisten yang serupa juga diteliti oleh Widarnaka et al., (2022) pertumbuhan perusahaan dan ukuran tidak berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian dari Suarmanayasa et al., (2021) dijelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan dengan profitabilitas dapat menjalankan keberlangsungan kegiatan operasional perusahaan dalam keadaan keuntungan yang tinggi sehingga dapat menarik para investor dari luar.

Berdasarkan uji data yang dilaksanakan nilai thitung sebesar  $0,580641 < t$  tabel  $2,016692$  dan probabilitas  $0,5647 > 0,05$  yang berdasarkan ketentuan pengambilan keputusan bahwa  $H_0$  diterima. Dengan demikian diartikan pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan.. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dirumuskan tidak diterima. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan disebabkan oleh pada saat pertumbuhan tinggi maka semakin tinggi pula biaya yang diperlukan untuk dapat mengelola operasional yang mengakibatkan perusahaan memilih tidak membagikan deviden tetapi digunakan untuk ekspansi pada saat para pemegang saham kurang diutamakan, maka hal ini menyebabkan investor kurang mempercayai perusahaan dan dapat menimbulkan penurunan nilai perusahaan.

Hasil kajian yang dilakukan terlihat bahwa nilai thitung sebesar  $0,643224 < t$  tabel  $2,016692$  dan probabilitas.  $0,5237 > 0,05$ , berdasarkan pengambilan keputusan bahwa  $H_0$  diterima. Sehingga variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.. Hasil temuan ini menunjukkan terdapat implikasi variabel independen yakni ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Terlihat dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan yang diukur berdasarkan total aset tidak menjadi faktor penentu dalam meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah et al., (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dengan total aset perusahaan yang terlalu besar dianggap menjadi sinyal yang negatif bagi investor ataupun calon investor.

Hasil dari olah data yang dilakukan mendapatkan hasil thitung sebesar  $8,462416 > t$  tabel  $2,016692$  dan probabilitas.  $0,0000 < 0,05$ , berdasarkan pengambilan keputusan bahwa  $H_1$  diterima. Sehingga variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil temuan ini membuktikan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan telah teruji kebenarannya. Hasil penelitian konsisten dengan pernyataan dari (Yudiaatmaja et al., 2021) yang memandang profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan penilaian perusahaan. Dalam artian, tingkat keberhasilan perusahaan dalam memenuhi keuntungan besar dapat berkontribusi positif terhadap penilaian yang diberikan terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian mengimplikasikan bahwa pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan aset pada perusahaan tidak secara langsung meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Ukuran perusahaan memiliki implikasi pada hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa besar dan kecilnya total aset perusahaan tidak menjadi faktor penentu yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan khususnya pada subsektor makanan dan minuman. Profitabilitas memberikan implikasi dimana profitabilitas berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas yang diterima oleh suatu perusahaan maka akan mengalami peningkatan nilai perusahaan tersebut. Profitabilitas yang meningkat akan selaras

dengan operasional perusahaan yang meningkat, yang dimana dengan hasil tersebut akan menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan.

## SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan pertumbuhan perusahaan (*growth*), ukuran perusahaan (*size*), dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Namun, secara parsial, pertumbuhan perusahaan (*growth*) dan ukuran perusahaan (*size*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan, dibandingkan dengan aspek pertumbuhan dan ukuran perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan pada hasil temuan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik terdapat beberapa saran disampaikan. Bagi perusahaan subsektor makanan dan minuman yang diselenggarakan tidak hanya fokus pada peningkatan pertumbuhan aset maupun ukuran perusahaan saja, tetapi juga perlu untuk dapat meningkatkan kinerja operasional serta efisiensi dalam mengelola sumber daya perusahaan. Peningkatan profitabilitas, stabilitas pendapatan, dan strategi bisnis yang terdapat dapat meningkatkan kepercayaan investor sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Bagi investor diharapkan tidak hanya mempertimbangkan pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi. Investor sebaiknya juga memperhatikan faktor-faktor lain seperti profitabilitas, kinerja keuangan, tingkat risiko, serta prospek perusahaan di masa depan agar keputusan investasi yang diambil menjadi lebih tepat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, C., & Agustiningih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 494-512. <https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2344>
- Azizah, D. G., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(1), 1-18.
- Candra Kurnia Saputri, A. G. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 15, 90-108. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i4.21390>
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1-12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>

- Ferjiana, T., & Natalylova, K. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 3(1), 119-130. <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v3i1.1897>
- Handoko, A., . M.Sc, F. Y., & . S.E.,M.M., N. N. Y. (2021). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property, Real Estate And Building Construction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 5(1 SE-Articles). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/view/9663>
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1-8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Mintarti Indartini, M. (2024). Analisis Data Kuantitatif. In H. Warnaningtyas (Ed.), *Lakeisha* (Vol. 3, Issue 3). Lakeisha. <https://doi.org/10.62552/ejam.v3i3.64>
- N. L. A., . M.Sc, F. Y., & . SE.,MSi, N. L. W. S. T. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 5(1 SE-Articles). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/view/9553>
- Nuradawiyah, A., & Susilawati, S. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks LQ45 ). *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 218-232.
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Toha Farid Nuur Muhammad, & Hairunnisa Livia. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 03(04), 94-104. <http://www.ijosmas.org94>
- Triadi, I. K. A., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Earning Per Share dan Return On Equity serta Gross Profit Margin terhadap Harga Saham pada Sub Sektor Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 11(2), 223-231.
- Widarnaka, Nardi Sunardi, H. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Moderasi. 3(10).
- Widhi, N. N., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen. 11(2), 267-275.
- Yudiaatmaja, F. (2025). Studi Panel Atas Pengaruh Ukuran Dan Kebijakan Dividen Terhadap Kinerja Keuangan. 11(2), 921-929.