REMITTANCE : JURNAL AKUNTANSI, KEUANGAN DAN PERBANKAN
Vol 7 No 2 Edisi Desember 2026
E-ISSN (2774-2288) P-ISSN (2774-2407)
TERAKREDITASI SINTA 4 SK No. 355/DST/D.D1/HM.01.01/2026

THE EFFECT OF PROFITABILITY, FIRM SIZE, AND *LEVERAGE* ON FIRM VALUE IN FOOD AND BEVERAGE COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2021–2024

PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021-2024

Adri Aisyah Triadi[1*], Nasirwan[2]

[1,2]*Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan*

*Correspondensi e-mail: adriaisyah9@gmail.com

ARTICLE INFO

Submitted : 18-01-2026
Revised : 13-05-2026
Accepted : 15-11-2026

Keywords:
profitability; firm size; leverage; firm value; food and beverage subsector

Kata Kunci:
profitabilitas; ukuran perusahaan; *leverage*; nilai perusahaan; subsektor makanan dan minuman

DOI:
http://doi.org/10.56486/remittance.vol7no2.1187

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of profitability, firm size, and leverage on firm value in food and beverage subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2024 period. This study is motivated by the phenomenon of fluctuating firm values amid negative market sentiment arising from issues surrounding the boycott of products allegedly affiliated with Israel, which has altered investors' risk perceptions. This research employs a quantitative method using secondary data obtained from annual financial statements published on the official website of the Indonesia Stock Exchange. The research population consists of 132 companies, with a final sample of 31 companies selected using the purposive sampling technique, resulting in a total of 124 panel data Observations. Data analysis was conducted using panel data regression, with the Fixed Effect Model selected as the most appropriate estimation model, processed using EViews 13 software. The results indicate that profitability, firm size, and leverage do not have statistically significant individual effects on firm value. However, profitability, firm size, and leverage simultaneously have a significant effect on firm value. These findings suggest that under conditions of strong non-economic pressures, traditional financial fundamental indicators may lose their relevance, as investors tend to prioritize reputational and ethical considerations over conventional financial performance and the operational scale of companies.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024. Studi ini dilatarbelakangi oleh fenomena fluktuasi nilai perusahaan yang terjadi di tengah sentimen negatif akibat isu boikot produk yang diduga terafiliasi dengan Israel, yang mengubah persepsi risiko investor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan pada situs resmi Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian meliputi 132 perusahaan, dengan sampel akhir sebanyak 31 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, menghasilkan total 124 observasi data panel. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan model estimasi terbaik yaitu *Fixed Effect Model* yang diolah menggunakan perangkat lunak Eviews 13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* terbukti memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menyimpulkan bahwa

dalam kondisi tekanan isu non-ekonomi yang kuat, indikator fundamental keuangan tradisional kehilangan daya relevansinya, di mana investor lebih memprioritaskan isu reputasi dan etika dibandingkan kinerja keuangan konvensional maupun skala operasi perusahaan.

PENDAHULUAN

Dinamika geopolitik dunia saat ini menghadirkan berbagai dampak ekonomi dan sosial yang signifikan terhadap aktivitas bisnis global. Salah satu isu yang mencuat adalah konflik berkepanjangan di Timur Tengah yang kembali memanas sejak akhir tahun 2023, yang tidak hanya menimbulkan krisis kemanusiaan tetapi juga mengguncang ekosistem ekonomi internasional. Di Indonesia, respons masyarakat berkembang menjadi gerakan sosial-ekonomi berupa boikot terhadap produk dan perusahaan yang diduga memiliki afiliasi dengan Israel. Gerakan ini semakin masif setelah keluarnya Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 83 Tahun 2023. Fenomena ini menjadi isu strategis yang berpotensi memengaruhi dinamika pasar, perilaku konsumen, dan kepercayaan investor di pasar modal, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Penurunan nilai perusahaan mencerminkan menurunnya apresiasi pasar yang dipicu oleh sentimen negatif tersebut.

Nilai perusahaan merupakan indikator krusial yang mencerminkan persepsi investor terhadap keberhasilan manajemen. Berdasarkan data pra-penelitian pada subsektor makanan dan minuman, terjadi tren penurunan nilai perusahaan yang diukur melalui *Price to Book Value* (PBV) pada emiten-emiten yang menjadi sasaran aksi boikot, sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman Di BEI Berdasarkan PBV

No	Kode	2021	2022	2023	2024
1	ALLI	0,86	0,69	0,60	0,51
2	AMRT	5,35	9,59	7,75	6,69
3	CPIN	3,88	3,52	3,05	2,58
4	KEJU	11,38	11,43	9,69	6,16
5	UNVR	36,28	44,86	39,83	33,46

Tabel 1 menunjukkan adanya penurunan nilai pasar yang konsisten pada periode tersebut. Penurunan ini mengindikasikan bahwa faktor eksternal berupa tekanan sosial dapat mendistorsi pengaruh fundamental keuangan terhadap harga saham. Secara teoritis, faktor pertama yang memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Namun, terdapat kesenjangan hasil penelitian (*research gap*), di mana (Khomilah, 2025) menemukan bahwa profitabilitas tidak selalu berpengaruh positif karena peningkatan laba bisa saja diabaikan investor jika perusahaan sedang menghadapi krisis reputasi.

Selain profitabilitas, ukuran perusahaan juga menjadi faktor determinan. Ukuran perusahaan menggambarkan skala aset yang dimiliki. Penelitian (Ahmad et al., 2024) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif karena aset besar dianggap lebih stabil. Sebaliknya, (Paramitha & Febriansyah, 2023) menemukan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena aset yang besar justru memiliki risiko birokrasi dan target boikot yang lebih luas. Inkonsistensi ini menjadi landasan kuat untuk menguji kembali variabel tersebut pada periode penelitian terbaru.

Faktor selanjutnya adalah *leverage*, yang menggambarkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk operasionalnya. Penggunaan utang dapat memberikan sinyal positif jika dikelola untuk ekspansi, namun berisiko tinggi jika beban bunga menggerus arus kas di masa sulit. (Oktaviani et al., 2024) menyatakan *leverage* berpengaruh signifikan, sementara (Rivandi & Petra, 2022) menemukan sebaliknya. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu dan fenomena penurunan nilai perusahaan pada Tabel 1 mendorong

penulis untuk melakukan penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan auditan dari perusahaan subsektor makanan dan minuman yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta situs resmi masing- masing perusahaan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan, mencatat, dan mengolah data dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Variabel nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), profitabilitas diukur dengan *Return on Equity* (ROE), ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aset (Ln Total Penjualan), dan *leverage* diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan 2021 hingga 2024, yang berjumlah 132 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu agar sampel yang terpilih relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria lengkap pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada awalnya berjumlah 132 perusahaan.
2. Sebanyak 4 perusahaan dikeluarkan karena tidak terdaftar secara konsisten sebagai perusahaan makanan dan minuman di BEI selama tahun 2021-2024.
3. Sebanyak 38 perusahaan dieliminasi karena tidak mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode pengamatan tahun 2021-2024.
4. Sebanyak 3 perusahaan tidak diikutsertakan karena tidak menyajikan laporan keuangan dalam satuan mata uang Rupiah (IDR).
5. Sebanyak 7 perusahaan dikeluarkan dari sampel karena tidak memperoleh laba atau tercatat mengalami kerugian selama periode tahun 2021-2024.
6. Sebanyak 43 perusahaan dieliminasi karena tidak terindikasi terafiliasi dengan Israel atau tidak termasuk dalam daftar boikot selama tahun 2021-2024.
7. Sebanyak 6 perusahaan dikeluarkan karena tidak memiliki kelengkapan data yang diperlukan dalam variabel-variabel penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 31 perusahaan yang memenuhi syarat. Total data observasi yang digunakan untuk analisis adalah sebanyak 124 data, yang diperoleh dari hasil perkalian 31 perusahaan dengan 4 tahun periode penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi data panel untuk melihat hubungan antar variabel secara simultan maupun parsial. Tahapan analisis meliputi: (1) Estimasi model regresi melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji Lagrange Multiplier; (2) Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi untuk memastikan keabsahan dan reliabilitas hasil penelitian; dan (3) Pengujian hipotesis

melalui Uji t (parsial), Uji F (simultan), serta koefisien determinasi (R^2). Seluruh proses pengolahan data statistik dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Eviews 13. Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel ringkasan hasil statistik deskriptif dan tabel hasil pengujian regresi untuk memudahkan interpretasi hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Desktiptif

Analisis statistik deskriptif adalah metode analisis yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji statistik deskriptif ini memberikan penjelasan mengenai nilai rata-rata (*mean*), nilai *median*, nilai maksimum dan *minimum*, dan standar deviasi (Kusumaningtyas et al., 2022).

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Desktiptif

	PBV	NPM	SIZE	DER
Mean	4,060161	11,84555	29,79403	1,073548
Median	1,985000	9,664000	29,87000	0,755000
Maximum	44,86000	33,75500	32,40000	12,43000
Minimum	0,240000	0,236000	27,20000	0,070000
Std. Deviasi	7,081373	8,553270	1,491778	1,415546
Skewness	4,051158	0,889289	-0,013888	4,981928
Kurtosis	20,53738	2,789112	1,924127	36,54528
Jarque-Bera	1.928,237	16,57369	5,984419	6.326,917
Probability	0,000000	0,000252	0,050176	0,000000
Sum	503,4600	1.468, 848	3.694,460	133,1200
Sum Sq. Dev.	6.167,939	8.998,487	273,7244	246,4638
Observations	124	124	124	124

Analisis statistik deskriptif yang dilakukan menghasilkan temuan-temuan berikut:

1. Untuk variabel nilai perusahaan ditemukan *mean* 4.060161, nilai *median* tercatat 1.985000. Nilai maksimum mecapai 44.86000, sementara nilai *minimum* adalah 0.240000 dan standar deviasi sebesar 7.081373.
2. Untuk variabel profitabilitas ditemukan *mean* 11.84555, nilai *median* tercatat 9.664000. Nilai maksimum mecapai 33.75500, sementara nilai *minimum* adalah 0.236000 dan standar deviasi sebesar 8.553270.
3. Untuk variabel ukuran perusahaan ditemukan *mean* 29.79403, nilai *median* tercatat 29.87000. Nilai maksimum mecapai 32.40000, sementara nilai *minimum* adalah 27.20000 dan standar deviasi sebesar 1.491778.
4. Untuk variabel *leverage* ditemukan *mean* 1.073548, nilai *median* tercatat 0.755000. Nilai maksimum mecapai 12.43000, sementara nilai *minimum* adalah 0.070000 dan standar deviasi sebesar 1.415546.

Uji Chow

Uji Chow merupakan metode yang digunakan untuk menentukan pendekatan terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam mengestimasi data panel (Kusumaningtyas et al., 2022). Berikut merupakan hasil pengujian dari uji chow:

Tabel 3. Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-Section F	89,435017	(30,90)	0,0000
Cross-Section Chi-Square	425,058805	30	0,0000

Berdasarkan hasil uji Chow, diperoleh nilai Prob. Cross Section-Chi Square sebesar 0.0000 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model yang lebih tepat untuk digunakan.

Uji Hausman

Uji Hausman merupakan metode yang digunakan untuk menentukan pendekatan terbaik antara *Random Effect Model* (REM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam mengestimasi data panel (Kusumaningtyas et al., 2022). Berikut merupakan hasil pengujian dari uji hausman:

Tabel 4. Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq.Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-Section Random	13,987255	3	0,0029

Berdasarkan hasil uji Hausman, diperoleh nilai Prob. Cross Section random sebesar 0.0029 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model yang lebih tepat untuk digunakan.

Uji Lagrange Multiplier

Uji Lagrange Multiplier merupakan metode yang digunakan untuk menentukan pendekatan terbaik antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Random Effect Model* (REM) dalam mengestimasi data panel (Kusumaningtyas et al., 2022). Berikut merupakan hasil pengujian dari uji lagrange multiplier.

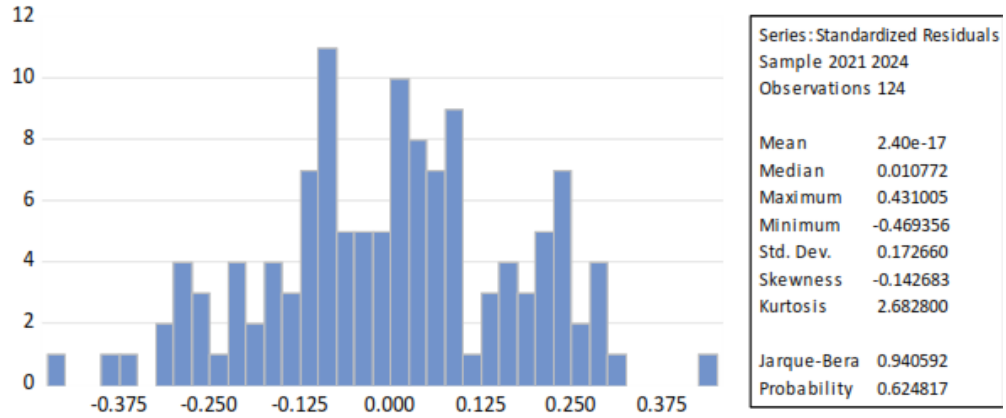
Tabel 5. Hasil Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-Section	Time	Both
Breusch-Pagan	127,5248 (0,0000)	1,290105 (0,2560)	128,8150 (0,0000)
Honda	11,29269 (0,0000)	-1,135828 (0.8720)	7,181986 (0,0000)
King-Wu	11,29269 (0,0000)	-1,135828 (0.8720)	2,321905 (0,0101)
Standardized Honda	11,97107 (0,0000)	-0,907799 (0.8180)	3,867593 (0,0001)
Standardized King-Wu	11,97107 (0,0000)	-0,907799 (0.8180)	0,004452 (0,4982)
Gourieroux, et al	-	-	127,5248 (0,0000)

Berdasarkan hasil uji lagrange multiplier, diperoleh nilai Cross Section sebesar 0.0000 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa *Random Effect Model* (REM) merupakan medel yang lebih tepat untuk digunakan.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas sebenarnya bukanlah syarat wajib untuk memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), dan beberapa pendapat tidak mengharuskan syarat ini sebagai sesuatu yang wajib dipenuhi. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji Jarque-Berra (uji J-B) (Basuki & Prawoto, 2023).



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1 diketahui nilai probabilitas sebesar 0,624817 lebih besar dari taraf signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 (0,624817 > 0,05), maka sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independent). Model yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independennya (Basuki & Prawoto, 2023).

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

	NPM	SIZE	DER
NPM	1	-0,585348031	-0,028838033
SIZE	-0,585348031	1	0,257698743
DER	-0,028838033	0,257698743	1

Berdasarkan tabel diatas, diketahui semua nilai korelasi tersebut berada dibawah 0,85. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedasitas

Uji untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model yang baik adalah yang bersifat homoskedastisitas atau memiliki varians residual yang konstan(Ghozali & Ratmono, 2021).

Tabel 7. Uji Heteroskedasitas

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-19,40568	12,40815	-1,563946	0,1213
NPM	0,005506	0,016954	0,324788	0,7461
SIZE	0,666567	0,415589	1,603911	0,1122
DER	0,069215	0,059891	1,155676	0,2509

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai probabilitas untuk variabel profitabilitas sebesar 0.7461, ukuran perusahaan sebesar 0.1122 dan leverange sebesar 0.2509, karena nilai probabilitas dari seluruh variabel independent lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Uji Autokorelasi

Uji untuk melihat apakah terjadi korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Pengujian ini penting dilakukan terutama untuk data yang bersifat deret waktu (*time series*)(Ghozali & Ratmono, 2021).

Tabel 8. Uji Autokorelasi

R-squared	0,973057	*Mean* dependent var	4,060161
Adjusted R-squared	0,963177	S.D. dependent var	7,081373
S.E. of regression	1,358863	Akaike info criterion	3,679089
Sum squared resid	166,1858	Schwarz criterion	4,452392
Log likelihood	-194,1035	Hannan-Quinn criter.	3,993223
F-Statistic	98,49469	Durbin-Watson stat	2,031014
Prob (F-statistic)	0,000000		

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson stat, diperoleh nilai DW sebesar 2.031014. Dengan jumlah observasi (n) sebanyak 124 dan jumlah variabel independent (k) sebanyak 3, maka nilai tabel Du pada signifikansi 5% adalah 1.782. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Du < DW < 4 – Du (1.582 < 2.031014< 2.218). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari gejala autokorelasi, sehingga estimasi koefisien regresi bersifat efisien dan tidak bias (BLUE – *Best Linear Unbiased Estimator*).

Uji Hipotesis

Analisis Koefesien Determinasi (R^2)

Analisis untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R-squared menunjukkan persentase pengaruh variabel independent secara keseluruhan terhadap variabel dependen(Ghozali & Ratmono, 2021).

Tabel 9. Analisis Koefesien Determinasi (R^2)

R-squared	0,973057	*Mean* dependent var	4,060161
Adjusted R-squared	0,963177	S.D. dependent var	7,081373

Berdasarkan tabel 9 diatas, diketahui nilai Adjusted R-squared sebesar 0.973057 atau sebesar 97,31%. Hal ini berarti variable nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variable independent (profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage*) sebesar 97,31%, sedangkan sisanya 2,69% dijelaskan oleh faktor lainnya.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependen. Uji ini menentukan kelayakan model regresi yang digunakan(Ghozali & Ratmono, 2021).

Tabel 10. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

F-Statistic	98,49469
Prob (F-statistic)	0,000000

Berdasarkan tabel 10 di atas diketahui nilai F statistic sebesar 98.49469 dan nilai Prob(F-statistic) sebesar 0,000000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai prob (F-statistic) lebih kecil dari 0,05 (0,000000<0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Uji Statistik t

Uji untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis secara parsial diterima atau ditolak (Ghozali & Ratmono, 2021).

Tabel 11. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-26,99784	27,29447	-0,989132	0,3253
NPM	-0,017990	0,037293	-0,482395	0,6307
SIZE	1,046370	0,914179	1,144601	0,2554
DER	0,088979	0,131744	0,675399	0,5012

Dari tabel 11 di atas diketahui:

1. Variabel profitabilitas memiliki nilia t statistic sebesar -0.482395 dan nilai signifikansi sebesar 0.6307 > 0,05. Dengan demikian variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024.
2. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t statistic sebesar 1.144601 dan nilai signifikansi sebsar 0.2554 > 0,05. Dengan demikian variable ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024.
3. Variabel *leverage* memiliki nilai t statistic sebesar 0.5012 dan nilai signifikansi sebesar 0.5012 > 0,05. Dengan demikian variable leverange tidak berpengaruh signifikan secara statistic terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator kunci efisiensi operasional perusahaan dalam menghasilkan laba. Berdasarkan data yang diolah, hasil pengujian memperoleh bukti empiris bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,6307 > 0,05 pada perusahaan makanan dan minuman periode 2021-2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan laba tidak serta-merta direspon positif oleh pasar karena adanya dominasi sentimen negatif dari isu eksternal seperti boikot produk, yang menyebabkan sinyal keuangan berupa laba bersih kehilangan efektivitasnya di mata investor.

Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan laba tidak serta-merta direspon positif oleh pasar karena adanya dominasi sentimen negatif dari isu eksternal seperti boikot produk. Kondisi ini menyebabkan sinyal keuangan berupa laba bersih kehilangan efektivitasnya di mata investor.

Secara teoritis, profitabilitas seharusnya memberikan sinyal positif yang meningkatkan kepercayaan investor. Namun, penelitian ini membuktikan bahwa faktor non-keuangan seperti isu geopolitik dan reputasi merek dapat mendistorsi hubungan fundamental tersebut. Temuan ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan variasi hasil pengaruh profitabilitas terhadap nilai pasar. Oleh karena itu, investor saat ini cenderung lebih mempertimbangkan aspek etika dan risiko sosial dibandingkan sekadar angka profitabilitas.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini sejalan dengan (Chibueze et al., 2024) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan tradisional terkadang gagal mencerminkan nilai pasar saat terjadi volatilitas ekonomi makro. Kemudian hasil ini juga sejalan dengan (Andriani & Zulvia, 2025) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi. Lalu penelitian ini juga sejalan dengan (Mumtaza & Witono, 2025) yang mengungkapkan bahwa laba sering kali diabaikan investor jika terdapat risiko sistemik yang lebih besar. Demikian pula, penelitian ini sejalan dengan (Indriaty et al., 2024) yang menunjukkan bahwa sentimen pasar dapat mengesampingkan fundamental profitabilitas dalam penentuan harga saham.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasi dan kapasitas sumber daya yang dimiliki oleh suatu entitas bisnis. Hasil pengujian memperoleh bukti empiris bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,2554 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa total aset atau besar kecilnya perusahaan bukan merupakan jaminan bagi peningkatan penilaian pasar, di mana skala operasional yang besar justru dapat dipandang sebagai kerentanan tambahan ketika perusahaan menghadapi tekanan sosial yang masif.

Dalam perspektif teori sinyal, ukuran perusahaan yang besar seharusnya menjadi simbol stabilitas dan ketahanan terhadap risiko. Namun, hasil penelitian ini menegaskan bahwa sinyal dari ukuran perusahaan dapat menjadi tidak relevan jika asimetri informasi mengenai etika bisnis lebih menonjol. Temuan ini sejalan dengan beberapa studi empiris yang menemukan bahwa efektivitas pengelolaan aset lebih penting daripada sekadar besarnya aset. Dengan demikian, kapasitas sumber daya yang besar tidak otomatis meningkatkan daya saing di mata investor dalam kondisi pasar yang volatil.

Penjelasan tersebut sejalan dengan penelitian (Afridi et al., 2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak secara otomatis meningkatkan nilai jika tidak dibarengi dengan tata kelola yang adaptif terhadap isu sosial. Kemudian hasil ini juga sejalan dengan (Rachmadani & Nursiam, 2023) yang menyatakan bahwa aset besar cenderung tidak direspon pasar jika efisiensinya diragukan oleh investor. Lalu penelitian ini juga sejalan dengan (Paramitha & Febriansyah, 2023) yang mengonfirmasi bahwa ukuran perusahaan bukan penentu utama tinggi rendahnya nilai perusahaan di sektor manufaktur. Demikian pula, hasil ini sejalan dengan (Irawan et al., 2024) yang menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang lemah atau tidak signifikan terhadap nilai pasar.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage menggambarkan kebijakan pendanaan perusahaan melalui penggunaan utang untuk membiayai aset operasional. Hasil pengujian memperoleh bukti empiris bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,5012 > 0,05 pada sektor makanan dan minuman. Temuan ini mengindikasikan bahwa struktur modal, baik konservatif maupun agresif, bukan merupakan pertimbangan utama investor dalam pembentukan nilai perusahaan selama periode penelitian karena ketidakpastian eksternal yang tinggi membuat rasio utang kehilangan daya pengaruhnya.

Penggunaan utang secara teoritis dapat memberikan sinyal positif mengenai keyakinan manajemen terhadap arus kas masa depan. Namun, tingkat *leverage* yang tinggi juga membawa risiko gagal bayar yang dapat direspon negatif oleh pasar jika tidak dikelola dengan tepat. Meskipun secara parsial tidak berpengaruh, kebijakan *leverage* tetap menjadi bagian penting dari strategi pertumbuhan perusahaan yang harus dikomunikasikan secara transparan kepada publik. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang menyatakan bahwa dalam kondisi tertentu, struktur modal tidak lagi menjadi faktor determinan utama valuasi.

Hasil tersebut sejalan dengan (Tulcanaza-Prieto et al., 2024) yang menyatakan bahwa tingkat *leverage* tidak menjadi indikator utama penilaian bagi investor di pasar yang sedang bergejolak. Kemudian hasil ini juga sejalan dengan (Yermiana et al., 2022) yang menyatakan bahwa kebijakan utang perusahaan tidak memberikan dampak signifikan terhadap pergerakan nilai ekuitas. Lalu penelitian ini juga sejalan dengan (Kornelis et al., 2025) yang menunjukkan bahwa risiko *leverage* sering kali sudah terdiskon dalam harga saham sehingga pengaruhnya menjadi tidak signifikan. Demikian pula, penelitian ini sejalan dengan (Mustakin et al., 2021) yang membuktikan bahwa *leverage* tidak mempengaruhi nilai perusahaan secara parsial pada industri barang konsumsi.

Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Secara simultan, hasil pengujian memperoleh bukti empiris bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi (Prob F- statistic) 0,000000 < 0,05. Berdasarkan nilai Adjusted R-squared, ketiga variabel independen ini secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 97,51%, yang membuktikan bahwa meskipun secara individu variabel fundamental keuangan dapat melemah akibat isu eksternal, namun sebagai satu kesatuan kinerja, ketiganya tetap menjadi landasan utama bagi investor dalam menilai emiten.

Kombinasi antara kemampuan menghasilkan laba, skala operasional, dan kebijakan pendanaan menciptakan profil risiko dan return yang utuh bagi pasar modal. Sinergi variabel-variabel ini menunjukkan bahwa keberlanjutan bisnis tetap bergantung pada stabilitas fundamental di tengah gangguan sinyal non-keuangan. Oleh karena itu, manajemen perlu menjaga keseimbangan seluruh indikator keuangan ini untuk mempertahankan kepercayaan investor dan memitigasi dampak dari sentimen negatif yang muncul di lingkungan bisnis.

Temuan ini sejalan dengan (Lokobal et al., 2024) yang menyatakan bahwa kombinasi variabel fundamental keuangan memiliki daya prediksi yang kuat terhadap nilai perusahaan secara kolektif. Kemudian hasil ini juga sejalan dengan (Lestari & Riduwan, 2025) yang menyatakan bahwa sinergi antara profitabilitas dan *leverage* sangat krusial dalam menentukan arah penilaian pasar. Lalu penelitian ini juga sejalan dengan (Vitriani et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pengujian secara simultan memberikan hasil yang lebih konsisten dibandingkan pengujian parsial dalam menilai kinerja emiten Demikian pula, penelitian ini sejalan dengan (Firmansyah et al., 2025) yang membuktikan bahwa seluruh rasio keuangan inti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan jika dianalisis secara bersamaan.

PENUTUP

Studi ini mengkaji bagaimana profitabilitas dan likuiditas memengaruhi opini audit *going concern* PT Unilever Indonesia Tbk periode 2014–2023. Berdasarkan analisis data dan pembahasan, ditemukan bahwa Profitabilitas, yang diukur dengan ROA dan EPS, tidak memengaruhi opini audit *going concern* PT Unilever Indonesia Tbk periode 2014–2023. ROA memiliki koefisien negatif (-0,08) dan EPS memiliki koefisien positif (0,0128), tetapi nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, sehingga tidak signifikan secara statistik. Oleh karena itu, profitabilitas secara parsial tidak memengaruhi opini audit *going concern*.

Opini audit *going concern* PT Unilever Indonesia Tbk periode 2014–2023 tidak dipengaruhi oleh likuiditas, yang diukur dengan Rasio Lancar (CR) dan Rasio Cepat (QR). Rasio Lancar memiliki koefisien positif (1,169) dan Rasio Cepat memiliki koefisien negatif (- 48,18), tetapi keduanya tidak signifikan karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Ini berarti likuiditas secara parsial tidak memengaruhi opini audit *going concern*.

Profitabilitas dan likuiditas hampir tidak memengaruhi opini audit kelangsungan usaha PT Unilever Indonesia Tbk periode 2014–2023. Model regresi logistik cocok untuk analisis data karena uji Kesesuaian (Uji Hosmer dan Lemeshow) menghasilkan nilai signifikansi 0,684 (> 0,05). Namun, profitabilitas dan likuiditas memiliki pengaruh yang kecil terhadap opini audit *going concern*.

Studi ini menemukan bahwa faktor eksternal yang belum diteliti, seperti kondisi makroekonomi, memengaruhi opini audit *going concern* PT Unilever Indonesia Tbk. Opini audit kelangsungan usaha yang diterbitkan hanya pada tahun 2020 dan 2021 kemungkinan berkaitan dengan pandemi COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

Afridi, F. E. A., Khalil, Y. K., Zafar, S., & Ayaz, B. (2022). The Effect of Firm Size, Investment Opportunity Set, and Capital Structure on Firm Value. *International Journal of Social Science & Entrepreneurship*, *2*(2), 32–46. https://doi.org/10.58661/ijsse.v2i2.42

Ahmad, E., Dasuki, T. M. S., & Meilani, E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021). *J-AKSI : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, *5*(1), 104–113. https://doi.org/10.31949/jaksi.v5i1.8008

Andriani, P., & Zulvia, Y. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Consumer Goods Industry Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JAMER : Jurnal Akuntansi Merdeka*, *6*(1), 36–44. https://doi.org/10.33319/jamer.v6i1.139

Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2023). *Analisis Data Panel dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.

Chibueze, C. C., Ogoegbunam, O. E., Rufus-Chime, E. A., Akinninyi Patrick, E., Augusta, E. N., Chibuzo, A. O., Eze, S. E., & Odimba, D. M. (2024). Effect of Profitability on Firm Value of Manufacturing Firms in Nigeria. *Tec Empresarial*, *19*(1), 2103–2120. https://www.researchgate.net/publication/390433390_EFFECT_OF_PROFITABILITY_ON_FIRM_VALUE_OF_MANUFACTURING_FIRMS_IN_NIGERIA

Firmansyah, T., Fauzan, F. F., Dhevyanto, B., & Krisdiana, K. (2025). The Effect of ROA, CR, and DER on Company Value in the Consumer Goods Industry, Food and Beverage Packaging Sub-Sector, 2018–2023 Period. *IJAR : Indonesian Journal of Advanced Research*, *4*(6), 611–626. https://doi.org/10.55927/ijar.v4i6.14677

Ghozali, I., & Ratmono, D. (2021). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika : Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 10*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.

Indriaty, L., Reiman, P., & Thomas, G. N. (2024). Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Ikraith-Ekonomika*, *7*(1), 220–232. https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3307

Irawan, M., Forbes, E., Salim, A., & Simmon, A. (2024). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Makanan dan Minuman Dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi Periode 2021-2023. *KEAT : Kajian Ekonomi Dan Akuntansi Terapan*, *1*(2), 224–240. https://doi.org/10.61132/keat.v1i2.207

Khomilah, S. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, *5*(1), 234–244. https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.463

Kornelis, S., Suyanto, S., & Kirana, K. C. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *LITERA : Jurnal Literasi Akuntansi*, *5*(1), 12–26. https://doi.org/10.55587/jla.v5i1.140

Kusumaningtyas, E., Sugiyanto, Subagyo, E., Adinugroho, W. C., Jacob, J., Berry, Y., Nuraini, A., Sudjono, & Syah, S. (2022). *Konsep dan Praktik Ekonometrika Menggunakan Eview*. Lamongan : Academia Publication.

Lestari, W. P. D., & Riduwan, A. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *JIRA : Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *14*(2), 1–

21. https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/6210

Lokobal, P., Rosmawati, W., & Harahap, I. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dimasa Sebelum dan Sesudah Covid 19 (Periode 2018 –2022). *APKE : Akuntansi Pajak Dan Kebijakan Ekonomi Digital*, *1*(4), 163–174. https://doi.org/10.61132/apke.v1i4.699

Mumtaza, R. Y., & Witono, B. (2025). The Influence of Profitability, Leverage, And Firm Size on Company Value, An Empirical Study of Manufacturing Companies in the Cement Sub-Sector Listed on the IDX in 2016-2023. *MJIFM : Majapahit Journal of Islamic Finance and Management*, *5*(1), 132–153. https://doi.org/10.31538/mjifm.v5i1.362

Mustakin, Asakdiyah, S., & Hidayat, T. (2021). Capital Structure, Company Size and Profitability Terhadap Nilai Perusahaan. *Proaksi*, *8*(2), 303–312. https://doi.org/10.32534/jpk.v8i2.1923

Oktaviani, D., Satriansyah, A., & Widianingrum, E. (2024). The Effect of Profitability, Company Size and Leverage on Company Value. *JIAKES : Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, *12*(2), 207–218. https://doi.org/10.37641/jiakes.v12i2.2504

Paramitha, P. I., & Febriansyah, E. (2023). The Influence Of Profitability, Liquidity, Solvency, Activities, And Company Size On Company Value (Empirical Study of Food and Beverage Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, *3*(1), 173–188. https://doi.org/10.53697/emba.v3i1.1275

Rachmadani, F. A. A., & Nursiam. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2021). *MSEJ : Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *4*(4), 4092–4101. https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2594

Rivandi, M., & Petra, B. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman. *JIP : Jurnal Inovasi Penelitian*, *2*(8), 2571–2579. https://doi.org/10.47492/jip.v2i8.1094

Tulcanaza-Prieto, A. B., Lee, Y., & Anzules-Falcones, W. (2024). The Moderating Role of Corporate Governance in the Relationship between Leverage and Firm Value: Evidence from the Korean Market. *Risks*, *12*(1), 11. https://doi.org/10.3390/risks12010011

Vitriani, Y., Mantong, A., & Marewa, J. B. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. *Innovative : Journal Of Social Science Research*, *4*(2), 4985–4997. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9034

Yermiana, V., Nasirwan, N., & Situmeang, C. (2022). The Effect of Profit and Leverage Management on Stock Return (Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020). *Teunuleh : The International Journal of Social Sciences*, *3*(3), 231–243. https://doi.org/10.51612/teunuleh.v3i3.110