



Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan dan Minuman

Thesa Puji Astuti¹, Wasifah Hanim², Toto Sugihyanto^{3*}

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Bandung, Kota Bandung, Indonesia

thesapujia@gmail.com¹⁾, wasifah.hanim@umbandung.ac.id²⁾, toto.sugihyanto@umbandung.ac.id^{3*)}

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Article history:

Received 15 November
2022

Received in Revised 30
April 2023

Accepted 02 Mei 2023

Keyword's : *Growth,*
Price Earning Ratio,
Leverage,
Profitability, Firm
Value.

Price to Book Value is very important for the company because a healthy company will produce a good image for the company both internally and externally. The purpose of this study aims to determine the effect of Company Growth, Price Earning Ratio, Leverage, Profitability on Price to Book Value. The research object is all manufacturing companies in the food and beverage sub-sector on the Indonesia Stock Exchange, the analysis period is 2019. The number of companies is 34, consisting of 26 (twenty six) food companies and 8 (eight) beverage companies, all as samples study. The method used is multiple linear regression using Cross Section data. Based on the results of the analysis concluded that the company's growth, leverage, profitability have a positive and significant effect on firm value. Means the increasing growth of the company, Leverage, Profitability will increase the value of the company. While the Price Earning Ratio is not significant to the value of the company.

ABSTRAK

Nilai perusahaan sangat penting untuk perusahaan karena perusahaan yang sehat akan menghasilkan *image* yang baik untuk perusahaan baik *internal* maupun *eksternal*. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, *Price Earning Ratio*, *Leverage*, *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan. Obyek penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang ada di Bursa Efek Indonesia, periode analisis adalah tahun 2019. Jumlah perusahaan adalah 34, terdiri dari 26 (dua puluh enam) perusahaan bergerak dibidang makanan dan 8 (delapan) perusahaan dibidang minuman, seluruhnya digunakan sebagai sample penelitian. Metode analisis yang di gunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan data *Cross Section*. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa Pertumbuhan perusahaan, *Leverage*, *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berarti semakin meningkatnya Pertumbuhan perusahaan, *Leverage*, *Profitabilitas* akan meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan *Price Earning Ratio* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

AKUISISI : Jurnal Akuntansi

Website : <http://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-2095936.

E-mail address: thesapujia@gmail.com

Peer review under responsibility of Akuisisi : Accounting Journal. [2477-2984](https://doi.org/10.24217).

<http://dx.doi.org/10.24217>

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, yaitu perannya dalam kebutuhan masyarakat. (Sari, 2018). Capaian kinerja sub sektor Industri makanan dan minuman selama ini tercatat konsisten terus positif, perannya terhadap peningkatan *produktivitas, investasi, ekspor* hingga penyerapan tenaga kerja (Kementrian Perindustrian RI, 2017)

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang mengalami prioritas pengembangan, antara lain dengan adanya penerapan teknologi industri. Transformasi digital ini dinilai membawa dampak positif terhadap peningkatan investasi dan produktivitas di sektor industri dan menciptakan tenaga kerja baru yang kompeten. Artinya mendukung dan mempermudah aktivitas industri saat kondisi pandemi covid -19. Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, ketika terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%, namun industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020 (Kementrian Perindustrian, 2017).

Nilai perusahaan atau juga disebut dengan nilai pasar perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Heri Setiyo Cahyono, 2016). Oleh karena itu Setiap perusahaan akan melakukan yang terbaik untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena dalam persepsi investor nilai perusahaan merupakan indikator keberhasilan perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan mencerminkan semakin tingginya keuntungan perusahaan yang dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka Panjang. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimal. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula keuntungan bagi para investor sehingga para investor akan memiliki minat yang tinggi dalam berinvestasi dan nilai perusahaan yang bersangkutan (Mumpuni and Indrastuti, 2021).

Dalam suatu Perusahaan nilai perusahaan memiliki peranan penting dalam keberlangsungan kegiatan perusahaan. Dimana tujuan utama berdirinya perusahaan adalah memperoleh laba sebesar-besarnya. Dengan menggunakan sumber daya yang tersedia, upaya meningkatkan nilai perusahaan supaya untuk menarik para investor agar menanamkan modal (Agustin, 2020). Nilai perusahaan bisa dijadikan acuan perusahaan untuk menilai kinerjanya selama periode tersebut, sehingga menjadi evaluasi perusahaan untuk periode selanjutnya. Nilai perusahaan juga merupakan pandangan para investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat merupakan prospek perusahaan untuk meningkatkan minat para investor untuk berinvestasi atau menanamkan modalnya ke

perusahaan. Bukan dilihat dari pandangan sekarang saja tetapi untuk masa yang akan datang, karena meningkatnya harga saham akan membuat nilai perusahaan juga tinggi (Analisa, 2011; Agustin, 2020).

Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain: pertumbuhan perusahaan, *Price Earning Ratio*, *Leverage*, dan *Profitabilitas* (Astakoni, 2020; Ayem, 2016; Devi, 2021; Suastini, 2016; Prasetyorini, 201; Sari, 2018). Perusahaan besar lebih diminati oleh para investor dari pada perusahaan kecil, karena perusahaan besar lebih stabil dalam memperoleh laba dan perluasan produksi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Oleh karena itu nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan perusahaan. Semakin maju perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan yang bersangkutan. Selain itu pertumbuhan perusahaan juga mencerminkan besarnya pendapatan yang diperoleh dan modal yang ada dari para investor dan berpengaruh positif terhadap apa yang di perolehnya (Puspita, 2011).

Bagi para investor semakin tinggi *price earning ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga akan mengalami peningkatan. *Price earning ratio* yang tinggi mendorong *investor* tidak ragu akan menanamkan modalnya untuk perusahaan karena pertumbuhan perusahaan memberikan indikasi tingginya adanya kepercayaan dan prospek pasar yang tinggi. Salah satu aspek yang menjadi penilaian investor adalah kemampuan dalam menghasilkan laba. *Price earning ratio* sangat mudah di pahami oleh investor. Dengan mengetahui harga di pasar dan laba bersih per saham, maka *investor* mampu menghitung berapa *price earning ratio* saham tersebut (Utomo, 2016; Aprilia, 2017). Ketika laba yang dihasilkan selalu stabil dan mengalami kenaikan disini akan terjadinya penambahan *investor* pada perusahaan.

Leverage merupakan salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan yang besar. Pemakaian hutang oleh perusahaan untuk kegiatan operasional ini biasanya berasal dari bank, pembelian barang, penambahan asset, atau pembiayaan lainnya. Namun perusahaan yang terlalu banyak pembiayaan dengan menggunakan hutang, dianggap tidak sehat karena akan mengakibatkan penurunan laba. Jika perusahaan tidak mampu membayar seluruh hutang-hutang yang ada akan mempengaruhi tingkat kestabilannya perusahaan dan akan memberikan dampak negative pada nilai perusahaan (Rudangga, 2016).

Profitabilitas adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, di mana Profitabilitas adalah ukuran dari kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Semakin baik pertumbuhan *profitabilitas* perusahaan maka prospek perusahaan dimasa depan dinilai akan semakin baik, dan nilai perusahaan akan baik di mata para investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba, maka harga saham juga akan meningkat (Nofrita, 2013). Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang

dihasilkan oleh perusahaan. Karena jika perusahaan menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Dan jika profitabilitas perusahaan baik maka para *stake holder* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan para investor akan melihat seberapa jauh dan mampunya perusahaan untuk menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan (Analisa, 2011).

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai perusahaan. Prasetyorini (2013) melakukan penelitian terkait dengan factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, sebagai variable independen adalah *leverage*, profitabilitas dan *price earning ratio*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas dan *price earning ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Prasetyorini (2013) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mumpuni (2021) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan leverage tidak mempengaruhi variasi perubahan nilai perusahaan.

Sementara itu Rudangga (2016) juga melakukan penelitian dengan variable independen yang sama dengan mumpuni (2021), hasil penelitian menunjukkan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sejalan dengan hasil penelitian (Prasetyorini (2013) dan Mumpuni (2021), namun pengaruh antara leverage terhadap nilai perusahaan memberikan hasil yang berbeda. Hasil penelitian Rudangga (2016) menyimpulkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jadi terdapat ketidakjelasan hubungan antara leverage dengan nilai perusahaan.

Demikian pula hubungan *Price Earning Ratio*, penelitian yang dilakukan oleh Sandra (2021) berbeda dengan hasil penelitian Prasetyorini (2013). Hasil Penelitian Sandra (2021) menghasilkan koefisien regresi yang tidak signifikan, Dengan kata lain pengaruh antara *Price Earning Ratio* terhadap nilai perusahaan juga bersifat tidak jelas, Suastini (2016) melakukan penelitian terkait dengan pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan, hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut penulis melakukan penelitian yang berjudul Analisis faktor-faktor yang Penentu Nilai Perusahaan: Studi Kasus Industri Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di PT. Bursa Efek Indonesia.

METODE PENELITIAN

Data

Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur pada sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di perusahaan Bursa Efek Indonesia (BEI). Data diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2019 yang dimuat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs www.idx.co.id dan *IDN Finance*. Perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang sub

sektor makanan dan minuman pada tahun 2019 berjumlah 34 Perusahaan, terdiri dari 26 (dua puluh enam) perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan perusahaan yang bergerak dibidang minuman berjumlah 8 (delapan) perusahaan.

Variabel

Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan sering dikenal dengan *price to book value* (PBV), dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai jual terhadap nilai modal yang diinvestasikan oleh para investor (Aprilia, 2017). Formulasi nilai perusahaan (PBV) dirumuskan sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)} \dots\dots\dots (1)$$

Pertumbuhan Perusahaan (Grt)

Pertumbuhan perusahaan merupakan gambaran aset untuk mengetahui adanya kenaikan atau penurunan suatu aset perusahaan dengan membandingkan aset tahun sekarang dengan aset tahun sebelumnya. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan adanya permintaan yang lebih tinggi terhadap kebutuhan dana eksternal (Indrajaya, 2011). Pertumbuhan Perusahaan (Grt) dirumuskan sebagai berikut:

$$(\text{Growth}) = \frac{\text{total aset (t)} - \text{total aset (t - 1)}}{\text{total aset (t - 1)}} \times 100\% \dots\dots\dots (2)$$

Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah rasio yang merepresentasikan harga setiap rupiah yang harus dibayar investor untuk 1 lembar saham. PER dapat melihat harga pasar saham relatif terhadap pendapatannya. Semakin tinggi *Price Earning Ratio* (PER) menunjukkan ekspektasi investor tentang prestasi perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi (Fitri Prasetyorini, 2013; Sandra and Latief, 2021). *Price Earning Ratio* (PER) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$(\text{PER}) = \frac{\text{Harga per lembar Saham}}{\text{Laba per lembar saham}} \dots\dots\dots (3)$$

Leverage (Lev)

Leverage (Lev) merupakan rasio perbandingan total hutang yang dimiliki oleh perusahaan dengan modal sendiri (ekuitas) (Aprilia, 2017). *Leverage* dihitung dengan berdasarkan nilai *DER (Debt to Equity Ratio)*, yang merupakan rasio keuangan yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar kembali hutang yang ada dengan menggunakan modal sendiri. Semakin tinggi nilai *DER* semakin berisiko keuangan perusahaan tersebut, karena Semakin besar *debt equity ratio* menunjukkan semakin besar biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk membiayai hutang tersebut (Suastini, Ida and Henny, 2016). Rumus *Debt Equity Ratio (DER)* disajikan sebagai berikut:

$$(DER) = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots (4)$$

Profitabilitas (Prof)

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, para investor menanamkan saham pada perusahaan bertujuan mendapatkan return. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor. Hal ini menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. *Profitabilitas* ditunjukkan dengan besarnya *ROE (Return On Equity)* yaitu rasio antara laba bersih dengan total ekuitas (Hermuningsih, 2013). Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots (5)$$

Model

Penelitian ini bersifat kausalitas yaitu, melakukan analisis pengaruh variable independent terhadap variable dependen. Variable independent terdiri dari Pertumbuhan Perusahaan (*Grt*), *Price Earning Ratio (PER)*, *Levarage (Lev)* dan profitabilitas (*Prof*), sedangkan sebagai variable dependen adalah Nilai Perusahaan (*PBV*). Model yang digunakan dalam menganalisis pengaruh antara Pertumbuhan perusahaan (*Grt*), *Price Earning Ratio (PER)*, *Leverage (Lev)* dan *Profitabilitas (Prof)* terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) menggunakan model Regresi Linier Berganda dengan data Cross section. Model disajikan sebagai berikut:

$$PBV = \beta_0 + \beta_1Grt + \beta_2PER + \beta_3 Lev + \beta_4Prof + \varepsilon \dots\dots\dots (6)$$

Model Regresi dengan data Cross Section mensyaratkan uji asumsi klasik agar mendapatkan model yang *memenuhi kriteria BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)*. Uji asumsi klasik yang

diperlukan adalah uji multikolonieritas dan uji heteroskedastis. Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dan simultan, uji hipotesis, secara parsil menggunakan uji t sedangkan pengujian secara simultan menggunakan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis pengaruh Pertumbuhan perusahaan (*Grt*), *Price Earning Ratio (PER)*, *Leverage (Lev)* dan *Profitabilitas (Prof)* terhadap Nilai Perusahaan (*PBV*) ditunjukkan dalam model regresi sebagai mana disajikan pada persamaan berikut:

$$PBV = -214,10 + 0,04 Grt - 0,05 PER + 5,33 Lev + 3,71 Prof + \epsilon \dots\dots\dots(7)$$

t - hitung -3,39*** 1,88* -1,34 12,08*** 2.11**

Catatan: *** signifikan pada 1%, ** signifikan pada 5%, *signifikan pada 10%

Berdasarkan pengolahan model regresi berganda diperoleh nilai R^2 sebesar 0,92 artinya Pertumbuhan perusahaan (*Grt*), *Price Earning Ratio (PER)*, *Leverage (Lev)* dan *Profitabilitas (Prof)* memberikan kontribusi terhadap variasi perubahan Nilai Perusahaan (*PBV*) sebesar 92%. Jadi 8% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Selanjutnya pengujian secara simultan menunjukkan bahwa keseluruhan variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan nilai sig. F sebesar 0,05.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah untuk melihat apakah terdapat dua atau lebih variabel bebas yang berkorelasi secara linier. Apabila terjadi keadaan ini maka kita akan menghadapi kesulitan untuk membedakan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil dari pengujian multikolonieritas pada penelitian ini ditunjukkan seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Coefficients		t	Sig.	VIF
	B	Beta			
Pertumbuhan perusahaan (<i>Grt</i>)	0,04	0,17	1,88	0,07	3,05
Price Earning Ratio (<i>PER</i>)	- 0,05	- 0,07	-1,34	0,19	1,06
Leverage (<i>Lev</i>)	5,33	1,10	12,08	0,00	2,99
Profitabilitas (<i>Prof</i>)	3,71	0,11	2,11	0,04	1,02

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen tidak ada yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih 95%, sedangkan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* juga

menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF yang lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melakukan uji Glejser. Apabila dengan uji level Signifikan ($Sig.t > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan.

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
Pertumbuhan Perusahaan (Grt)	0,07	$p > 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Price Earning Ratio (PER)	0,19	$p > 0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Leverage (Lev)	0,00	$p > 0,05$	Terjadi Heteroskedastisitas
Profitabilitas (Prof)	0,04	$p > 0,05$	Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa 2 (dua) variable menunjukkan gejala heteroskedastis yaitu variable lainnya *Leverage* (Lev) dan Profitabilitas (Prof), 2 (dua) variable lainnya Pertumbuhan Perusahaan (Grt) dan *Price Earning Ratio* (PER) bebas dari heteroskedastis. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun tidak memenuhi Best Linier Unbiased Estimator (BLUE). Namun demikian model ini tetap dapat digunakan sebagai model yang menganalisis pengaruh antara Pertumbuhan perusahaan (Grt), *Price Earning Ratio* (PER), *Leverage* (Lev) dan Profitabilitas (Prof) terhadap nilai perusahaan (PBV), karena model tersebut bersifat verifikatif.

Koefisien Pertumbuhan perusahaan (Grt) sebesar 0,04, hal ini berarti bahwa setiap peningkatan pertumbuhan perusahaan sebesar 10 poin maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,09 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Berdasarkan hasil analisis untuk pengujian yang pertama bahwa Pertumbuhan perusahaan (Grt) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan tingkat signifikansi sebesar 10%. Hal ini berarti ketika pertumbuhan perusahaan (Grt) mengalami peningkatan maka nilai perusahaan juga meningkat.

Meningkatnya nilai perusahaan memberikan indikasi bahwa terdapat peningkatan kekuatan financial pada perusahaan yang tergabung dalam sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian pengaruh positif signifikan antara pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) dan Suastini (2016). Namun berlawanan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Puspita,

2011), yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan (*Grt*) berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Koefisien *Price Earning Ratio* (PER) sebesar $-0,05$ berarti bahwa setiap peningkatan *Price Earning Ratio* sebesar 10 maka nilai perusahaan (PBV) akan mengalami penurunan sebesar 0,11 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Namun demikian berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) terhadap nilai perusahaan (PBV) tidak signifikan. Penelitian ini berlawanan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013). Dalam penelitiannya *price earning ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu terdapat hubungan yang tidak jelas antara *price earning ratio* dengan nilai perusahaan pada sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pengaruh *Leverage* (Lev) terhadap nilai perusahaan menunjukkan hubungan yang positif signifikan. Koefisien regresi *Leverage* (Lev) sebesar 5,33 berarti bahwa setiap peningkatan *leverage* sebesar 1 poin maka nilai perusahaan (PBV) akan sebesar 5,33 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Pengaruh positif signifikan memberikan implikasi bahwa pada perusahaan yang tergabung dalam sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 cenderung menggunakan dana eksternal berupa hutang di bandingkan menggunakan modal sendiri. Hutang yang digunakan berupa pinjaman dari bank, relasi kerja, dan pinjaman-pinjaman yang lainnya, Hutang yang tinggi dapat menurunkan kepercayaan para investor, akan tetapi apabila perusahaan dapat mengelola hutang, maka perusahaan harus melakukan kewajiban pembayaran hutang tepat pada waktu yang telah ditentukan dan akan membuat perusahaan tetap stabil.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rudangga (2016) dan Prasetyorini (2013) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Rudangga (2016) menyatakan bahwa penggunaan *leverage* mampu meningkatkan nilai perusahaan karena dalam perhitungan pajak, bunga yang dikenakan akibat penggunaan hutang dikurangkan terlebih dahulu, sehingga perusahaan memperoleh keringanan pajak. Namun demikian berbeda dengan pendapat Prasetyorini (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, perusahaan cenderung mendanai aktivitasnya menggunakan modal sendiri (*internal financing*) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham dari pada menggunakan hutang.

Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini bisa diketahui berdasarkan hasil uji - t sebesar 2,11 signifikan pada 5%. Koefisien regresi Profitabilitas (Prof) sebesar 3,71 berarti bahwa setiap peningkatan profitabilitas sebesar 10 poin maka nilai perusahaan (PBV) akan meningkat sebesar 3,71 poin dengan asumsi variabel yang lain konstan. Pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan memberikan implikasi bahwa bila *profitabilitas*

semakin tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan. *Profitabilitas* mencerminkan tingginya laba yang diperoleh juga menggambarkan pertumbuhan perusahaan dalam beberapa aspek, yaitu laba dari hasil penjualan, asset dan hasil modal saham (Weston dan Coveland 1992).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyorini, 2013; Rudangga, 2016; Astakoni, 2020; Ayem, 2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. ROE yang tinggi menunjukkan tingginya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri. ROE adalah salah satu indikator penting untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio profitabilitas berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan. ROE mencerminkan laba bersih perusahaan, jika terdapat kenaikan laba bersih perusahaan akan mendorong meningkatnya harga saham, selanjutnya memberikan implikasi nilai perusahaan semakin tinggi (Prasetyorini, 2013). Profit atau laba perusahaan yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan, dan dipandang sebagai jaminan oleh investor untuk mendapatkan return yang tinggi atas saham yang dimiliki, sekaligus sebagai daya tarik investor terhadap saham perusahaan. Hal ini sejalan dengan signalling theory, bahwa laba yang dihasilkan perusahaan sebagai sinyal positif bagi para investor untuk meningkatkan permintaan saham, pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan (Mumpuni and Indrastuti, 2021)

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian ini pertumbuhan perusahaan (Grt) dan Profitabilitas (Prof) sudah cukup optimal dilihat dari data statistik dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan selain itu laba yang dihasilkan oleh perusahaan mengalami peningkatan terhadap nilai perusahaan. Ini membuktikan bahwa perusahaan tetap stabil walaupun mengalami beberapa masalahnya didalamnya. *Price Earning Ratio* (PER) belum cukup optimal untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Sebab untuk para penanam modal di perusahaan tidak banyak mengalami peningkatan, atau mungkin para investor yang ada di perusahaan ada beberapa yang keluar dan menarik modalnya karena perusahaannya tidak stabil. Ini membuktikan bahwa perusahaan tidak stabil untuk penghasilan masih tetap mengalami keuntungan walaupun terjadi penurunan yang signifikan. *Leverage* (Lev) bisa dikatakan cukup stabil untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Karena suatu nilai perusahaan dinilai dari seberapa mampunya perusahaan untuk menunjukkan pertumbuhan dan nilai laba yang baik. Walaupun dengan berbagai cara yang di tempuh oleh perusahaan supaya nilai perusahaan agar tetap stabil atau mengalami peningkatan, dengan berbagai keputusan yang diambil.

Beberapa keterbatasan pada penelitian ini diantaranya ukuran sample yang terlalu kecil, hal ini sesuai dengan jumlah perusahaan yang masuk dalam klasifikasi industry makanan dan minuman yang tergabung dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga peneliti tidak bisa merekayasa. Selain itu perlu dilakukan lebih lanjut penelitian yang sejenis dengan menambah variable karena masih banyak sekali variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yang belum dimasukkan dalam model. Demikian pula dari sisi jangka waktu, penelitian ini menggunakan model regresi dengan data *Cross section*, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan menggunakan data *time series* atau menggabungkan data *time series* dan data *cross section* (data panel).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin (2020) ‘Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016-2018’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9(2), pp. 133–144.
- Analisa, 2011 (2011) ‘Pengaruh Ukuran perusahaan, Leverage, profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan’, *Eprint.Undip.Ac.Id*, 7(4), pp. 1–48.
- Aprilia (2017) ‘Price Earning Ratio, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Food & Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015’, *akuntansi*.
- Astakoni (2020) ‘Keputusan Investasi, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan Manufaktur’, *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 19(1), pp. 10–23. doi: 10.22225/we.19.1.1576.10-23.
- Ayem (2016) ‘Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Deviden, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia) PERIODE 2010 - 2014’, *Jurnal Akuntansi*, 4(1), pp. 31–39. doi: 10.24964/ja.v4i1.125.
- Devi (2021) ‘Analysis Of Factors Affecting Auditor Switching In Manufacturing Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange’, *Return : Jurnal Akuntansi*, 12(1), pp. 08–15. doi: 10.35335/return.v12i1.64.
- Fitri Prasetyorini, B. (2013) ‘Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan’, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), pp. 183–196.
- Heri Setiyo Cahyono, A. I. S. (2016) ‘Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan Dan Kebijakan Deviden sebagai Determinan Nilai Perusahaan’, *Akuisisi*, 12(2), pp. 38–53.
- Hermuningsih (2013) ‘Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Sruktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Di Indonesia’, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 18(1), pp. 38–46. doi: 10.1177/027046769801800106.
- Indrajaya, 2011 (2011) ‘Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Tingkat Pertumbuhan, Profitabilitas dan Resiko Bisnis Terhadap Struktur Modal’, *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, (6), pp. 1–23.
- Kementrian Perindustrian RI, 2017 (2017) ‘Industri makanan dan minuman masih jadi andalan’, p. 2.

- Mumpuni, F. S. and Indrastuti, D. K. (2021) 'Keputusan Investasi dan Nilai Perusahaan', *e-jurnal akuntansi TSM*, 1(1), pp. 83–96.
- Nofrita (2013) 'Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei)', *akuntansi, skripsi*.
- Prasetyorini (2013) 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), pp. 183–196.
- Puspita (2011) 'Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009 (Studi Kasus Pada Sektor Industri Food And Beverage)', *Universitas Diponegoro*, pp. 1–68.
- Rudangga (2016) 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), pp. 569–576. doi: 10.32528/psneb.v0i0.5210.
- Sandra, R. D. and Latief, A. (2021) 'Pengaruh Profitabilitas dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018', *Borneo Student Research*, 2(3), pp. 2114–2122.
- Sari, (2018) 'Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2017', *Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, pp. 1–11.
- Suastini (2016) 'Pengaruh kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (Struktur modal sebagai variabel moderasi)', *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(1), pp. 143–172.
- Suastini, N. M., Ida, B. A. P. and Henny, R. (2016) 'Pengaruh kepemilikan manajerial dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (Struktur modal sebagai variabel moderasi)', *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(1), pp. 143–172.
- Utomo (2016) 'Pengaruh leverage (DER), price book value (PBV), ukuran perusahaan (Size), return on equity (ROE), dividend payout ratio (DPR) dan likuiditas (CR) terhadap price earning ratio (PER) pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2009-2014', *Journal of Accounting*, 2(2), pp. 49–60.