

Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Nur Nadiyah Khaerunnisa^{1*}, Budiandriani², Taupan Alwani³

Email korespondensi : nadiyahkhaerunnisa@gmail.com

^{1*}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia, Makassar

^{2&3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia, Makassar

Abstrak

Taupan Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan Perusahaan Makanan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan dalam pemilihan sampel peneliti menetapkan beberapa kriteria sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 31 perusahaan dengan masa waktu periode laporan keuangan perusahaan selama 3 tahun, berdasarkan hal ini maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 93 sampel. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan cara melakukan pengambilan data secara langsung di website Bursa Efek Indonesia. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2). Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan 3). Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Subsektor makanan dan minuman memiliki peran signifikan dalam mendukung perekonomian Indonesia. Industri ini menyediakan berbagai kebutuhan pokok keluarga, seperti makanan dan minuman, yang merupakan kebutuhan mendasar masyarakat. Dengan permintaan yang terus meningkat, sektor ini menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan laporan Food and Agriculture Organization (FAO), permintaan makanan di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, diproyeksikan meningkat sebesar 50% pada tahun 2030, menciptakan peluang besar bagi industri makanan untuk memperluas pasar dan meningkatkan produksinya.

Namun, peluang tersebut juga disertai dengan tantangan yang tidak kecil. Persaingan di pasar modal semakin ketat akibat banyaknya perusahaan baru yang melakukan inovasi dalam produk dan layanan. Perusahaan-perusahaan di subsektor makanan perlu menunjukkan kinerja keuangan yang baik untuk

menarik minat investor. Penelitian Djou et al. (2022) menyatakan bahwa kinerja keuangan yang solid sangat penting untuk menjaga nilai saham perusahaan (Sulistiyowati, 2024).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, perusahaan di subsektor makanan harus memahami faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan menjadi elemen kunci yang memengaruhi nilai perusahaan. Struktur modal yang optimal, seperti yang dijelaskan oleh Irawan dan Kusuma (2019) dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penambahan utang yang berada di bawah titik optimal dapat memberikan dampak positif pada nilai perusahaan (Rizal, 2020).

Profitabilitas juga menjadi faktor utama dalam menentukan nilai perusahaan. Penelitian Suwandani et al. (2017) menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi, yang diukur melalui Return on Assets (ROA), cenderung memiliki harga saham yang lebih tinggi (Djou et al., 2022). Hal ini mengindikasikan bahwa investor lebih tertarik pada perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik, sehingga peningkatan profitabilitas menjadi fokus penting bagi perusahaan di subsektor makanan.

Ukuran perusahaan turut memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya dan modal, yang memberikan daya saing lebih tinggi di pasar. Penelitian Syafputri (2023) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berdampak positif pada struktur modal dan kinerja keuangan (Milansari et al., 2020). Keunggulan kompetitif ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Selain faktor-faktor utama tersebut, inovasi juga menjadi elemen penting dalam mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi dalam produk makanan, seperti pengembangan produk organik atau sehat, dapat menjadi strategi utama untuk menarik perhatian konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan. Menurut Rizal (2020), perusahaan yang inovatif cenderung memiliki kinerja yang lebih baik di pasar (Irawan & Kusuma, 2019). Dengan demikian, perusahaan di subsektor makanan perlu terus berinovasi untuk menghadapi perubahan preferensi konsumen.

Strategi pemasaran yang efektif juga memainkan peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Erawati dan Nahak (2023) menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik lebih banyak konsumen (Suwandani et al., 2017). Dalam era digital, penggunaan media sosial dan platform e-commerce menjadi alat pemasaran yang sangat efektif untuk menjangkau konsumen lebih luas. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan di subsektor makanan perlu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas pemasaran mereka.

Selain itu, ekspansi pasar internasional menawarkan peluang besar bagi perusahaan di subsektor makanan. Dengan meningkatnya permintaan global untuk produk makanan, perusahaan Indonesia memiliki peluang untuk memasuki pasar internasional. Menurut laporan World Trade Organization (WTO), ekspor produk makanan Indonesia diperkirakan akan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan (Syafputri, 2023). Namun, ekspansi

internasional ini juga membawa tantangan tersendiri, seperti perbedaan regulasi dan standar kualitas di negara tujuan ekspor. Penelitian Milansari et al. (2020) menegaskan pentingnya pemahaman tentang regulasi internasional untuk mengatasi hambatan perdagangan dan meningkatkan daya saing global (Erawati & Nahak, 2023).

Keberlanjutan juga menjadi isu penting dalam strategi perusahaan di subsektor makanan. Konsumen saat ini semakin peduli terhadap isu lingkungan, sehingga perusahaan yang mengintegrasikan praktik keberlanjutan dalam operasional mereka cenderung memiliki citra yang lebih baik di mata konsumen. Penelitian Djou et al. (2022) menunjukkan bahwa keberlanjutan tidak hanya meningkatkan citra perusahaan tetapi juga menarik perhatian investor yang semakin peduli terhadap isu lingkungan (Sulistiyowati, 2024). Dengan demikian, keberlanjutan harus menjadi bagian integral dari strategi bisnis perusahaan di subsektor makanan.

Manajemen risiko juga menjadi aspek yang tidak boleh diabaikan. Perusahaan di subsektor makanan menghadapi berbagai risiko, seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan regulasi, dan risiko operasional lainnya. Menurut Irawan dan Kusuma (2019), manajemen risiko yang baik dapat membantu perusahaan menjaga stabilitas keuangan dan meningkatkan nilai perusahaan (Rizal, 2020). Oleh karena itu, pengembangan strategi manajemen risiko yang efektif menjadi prioritas penting bagi perusahaan di sektor ini.

Metode Analisis

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan Perusahaan Makanan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan dalam pemilihan sampel peneliti menetapkan beberapa kriteria sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 31 perusahaan dengan masa waktu periode laporan keuangan perusahaan selama 3 tahun, berdasarkan hal ini maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 93 sampel. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan cara melakukan pengambilan data secara langsung di website Bursa Efek Indonesia. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda

Hasil

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Residual

Berdasarkan histogram dan Normal P-P Plot, titik-titik residual cenderung mengikuti garis diagonal, tetapi masih terlihat deviasi (penyimpangan) pada bagian awal dan akhir. Ini menunjukkan bahwa distribusi residual belum sepenuhnya normal (normalitas belum ideal). Walau demikian, analisis regresi tetap dapat dilanjutkan dengan catatan kehati-hatian, dan bila diperlukan dapat dipertimbangkan transformasi data/pendekatan robust.

Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)

Tabel. 1 Uji Autokorelasi (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.111	0.012	-0.021	43.12222	2.029

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai Durbin-Watson (DW) = 2,029 ($n = 93$; $k = 3$). Secara praktis, DW yang mendekati 2 mengindikasikan tidak ada autokorelasi yang bermasalah pada residual. Karena nilainya sangat dekat dengan 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi dapat dianggap terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas (Tolerance & VIF)

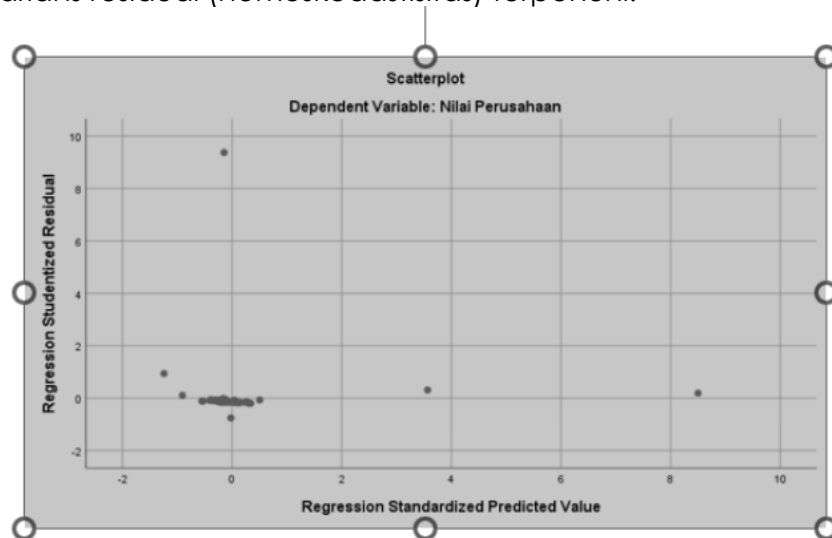
Variabel	Tolerance	VIF
Struktur Modal	0.819	1.22
Profitabilitas	0.798	1.25
Ukuran Perusahaan	0.888	1.12

Sumber: Data diolah, 2025

Seluruh variabel independen memiliki Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Artinya, antar-variabel bebas tidak saling berkorelasi kuat, dan model layak digunakan untuk analisis regresi.

Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)

Berdasarkan grafik scatterplot, titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga asumsi kesamaan varians residual (homoskedastisitas) terpenuhi.



Gambar 4. Grafik Scatterplot

Sumber: Data diolah, 2025

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Estimasi Model Regresi

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (Coefficients)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-5.952	68.212	–	-0.087	0.931
Struktur Modal (X_1)	0.739	0.708	0.121	1.043	0.3
Profitabilitas (X_2)	-0.001	0.002	-0.055	-0.466	0.642
Ukuran Perusahaan (X_3)	0.417	2.362	0.02	0.177	0.86

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (PBV)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui hasil regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$PBV = -5,952 + 0,739X_1 - 0,001X_2 + 0,417X_3 + e$$

Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R Square = 0,012 (1,2%) menunjukkan bahwa Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan hanya mampu menjelaskan 1,2% variasi Nilai Perusahaan. Sisanya 98,8% dipengaruhi faktor lain di luar model. Nilai Adjusted R Square = -0,021 menguatkan bahwa kontribusi penjelasan model sangat rendah

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Dasar keputusan:

Jika Sig. < 0,05 → berpengaruh signifikan

Jika Sig. > 0,05 → tidak signifikan

H1: Struktur Modal → Nilai Perusahaan (ditolak).

Struktur Modal memiliki koefisien positif ($B = 0,739$), namun tidak signifikan ($t = 1,043$; Sig. = 0,300 > 0,05). Artinya, kenaikan DER cenderung meningkatkan PBV, tetapi pengaruhnya tidak cukup kuat secara statistik.

H2: Profitabilitas → Nilai Perusahaan (ditolak).

Profitabilitas memiliki koefisien negatif ($B = -0,001$) dan tidak signifikan ($t = -0,466$; Sig. = 0,642 > 0,05). Artinya, perubahan ROE pada sampel ini tidak terbukti memengaruhi PBV secara statistik.

H3: Ukuran Perusahaan → Nilai Perusahaan (ditolak).

Ukuran Perusahaan memiliki koefisien positif ($B = 0,417$) namun tidak signifikan ($t = 0,177$; Sig. = 0,860 > 0,05). Ini menunjukkan ukuran perusahaan bukan penentu utama PBV pada data penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Tabe 4l. Uji Simultan (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2049.883	3	683.294	0.367	0.777
Residual	165497.778	89	1859.526		
Total	167547.661	92			

Sumber: Data diolah, 2025

Nilai F = 0,367 dengan Sig. = 0,777 ($> 0,05$), sehingga secara simultan Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal diproksikan dengan DER. Hasil menunjukkan koefisien positif namun tidak signifikan. Ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendanaan melalui utang belum mampu menaikkan nilai perusahaan secara nyata pada sampel ini. Kemungkinan manfaat utang (misalnya tax shield) tidak lebih dominan dibanding risiko keuangan yang dipersepsikan pasar, sehingga efeknya ke PBV tidak kuat.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas diproksikan dengan ROE. Koefisien negatif dan tidak signifikan menunjukkan bahwa kenaikan ROE pada sampel ini tidak otomatis direspons pasar sebagai peningkatan nilai perusahaan. Bisa terjadi karena investor lebih mempertimbangkan faktor lain (prospek industri, risiko, kebijakan dividen, sentimen pasar, dan lain-lain) dibanding ROE semata.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan diproksikan dengan Ln Total Assets. Koefisien positif namun tidak signifikan mengisyaratkan bahwa perusahaan yang lebih besar memang cenderung memiliki kapasitas lebih baik, tetapi pada data penelitian ini, ukuran tidak terbukti sebagai determinan utama PBV. Hal ini bisa berarti pasar lebih menilai efisiensi, pertumbuhan, dan kualitas tata kelola dibanding ukuran.

Simpulan dan Saran

Struktur Modal berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman periode 2021–2023.

Profitabilitas berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran Perusahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Bagi manajemen perusahaan: optimalkan struktur modal agar manfaat utang dapat dimaksimalkan tanpa meningkatkan risiko berlebihan; fokus pada efisiensi operasional dan strategi yang meningkatkan persepsi pasar.

Bagi investor: gunakan DER, ROE, dan ukuran perusahaan sebagai indikator awal, namun tetap pertimbangkan faktor lain seperti pertumbuhan, risiko, dan tata kelola sebelum mengambil keputusan investasi.

Bagi peneliti selanjutnya: tambahkan variabel lain (misalnya likuiditas, pertumbuhan penjualan, kebijakan dividen, corporate governance, risiko bisnis) dan/atau gunakan pendekatan data panel atau robust standard errors agar penjelasan model lebih kuat.

Daftar Pustaka

- Agustina, I., et al. (2021). Pelatihan penyusunan laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi SI APIK pada UMKM. *Intervensi Komunitas*, 2(2).
- Amalina. (2023). Pelatihan keuangan berbasis teknologi UMKM sebagai pendukung internal organisasi. *J-Abdi - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2).
- Arifianto, M. (2023). Pelatihan pencatatan transaksi keuangan KPM Gucang Farm Kabupaten Tangerang dengan menggunakan aplikasi SI APIK BL. *Wasana Nyata*, 7(2).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aulia, R. A. D. (2024). Pengaruh Intellectual Capital, Good Corporate Governance, Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Teknologi yang Terdaftar di BEI Tahun 2020–2022 Skripsi Universitas Islam Indonesia <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/49657>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Fundamentals of financial management* (14th ed.). Mason, OH: Cengage Learning.
- Bursa Efek Indonesia. (2024). Laporan Tahunan 2023. Diakses dari: <https://www.idx.co.id>.
- Cerestar Indonesia. (2023). Profil perusahaan. <https://www.cerestar.com>
- Cisarua Mountain Dairy. (2023). Profil perusahaan. <https://www.cimory.com>
- Chandra, I., & Poerbo, R. (2019). Sistem informasi akuntansi berbasis web pada perusahaan jasa tenaga kerja. *Kurawal - Jurnal Teknologi Informasi dan Industri*, 2(2), 139-156.
- Damayanti, F. (2018). Peran Bursa Efek Indonesia Dalam Menunjang Perekonomian Nasional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 95–105. DOI: 10.31294/jeb.v11i2.1234.
- Delta Djakarta. (2023). Profil perusahaan. <https://www.deltajkt.co.id>
- Dirvi, S. A., Ubay, D., & Sutardji. (2020). Analisis faktor-faktor penentu nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123–135.
- Djou, M., et al. (2022). Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan dalam Sub Sektor Makanan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 45(3), 123-136.
- Erawati, L., & Nahak, A. (2023). Strategi Pemasaran dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 39(2), 87-102
- Febriani. (2023). Pelatihan pencatatan laporan keuangan UMKM Desa Wates Jaya. *Almujtamae - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2).

- Financial Review Indonesia. (2024). Laba Bersih Ultrajaya 2023. <https://www.financialreview.id/korporasi/63412298260/laba-bersih-ultrajaya-ultj-di-2023-melonjak-217-jadi-rp117-triliun>.
- Finbox. (2024). AISA Total Revenue. <https://finbox.com/IDX:AISA/explorer/totalrev>.
- Firmansyah, H. (2015). Pasar Modal dan Investasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah. (2021). Transaksi dengan pihak berelasi dan praktik transfer pricing di Indonesia. Jurnal Pajak dan Keuangan Negara (PKN), 2(2). Food and Agriculture Organization (FAO). (n.d.). Laporan Konsumsi Makanan di Asia Tenggara.
- Garudafood Putra Putri Jaya. (2023). Profil perusahaan. <https://www.garudafood.com>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habrizons. (2023). Pelatihan penyusunan laporan keuangan menggunakan MS. Excel pada SMK Pertiwi Prabumulih melalui Zoom Meeting. Jurnal Pengabdian Masyarakat Information Technology, 2(2).
- Hassana Boga Sejahtera. (2023). Profil perusahaan. <https://www.hassana.co.id>
- Hadiwibowo, A., & Sufina, N. (2022). Pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi empiris perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019). Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Perbankan, 8(1), 1-12.
- Hanifa, F., et al. (2022). Pelatihan penyusunan laporan keuangan Badan Usaha Milik Desa berdasarkan standar akuntansi keuangan di Desa Kabawakole. Jurnal Pengabdian Multidisiplin, 2(3).