

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

The Influence Of Firm Size, Leverage, Profitability, Capital Structure, And Firm Age On Firm Value

Oktama Wahyu Erlangga^{a*}, Mujiyati^b

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{a,b}

b200210421@student.ums.ac.id^{a*}, mujiyati@ums.ac.id^b

Abstract

The increasingly fierce competition in the food and beverage industry demands that companies continuously improve their performance to attract investors and increase their value. Firm value is a crucial indicator reflecting the level of market confidence in a company's performance and future prospects. This study aims to analyze the influence of firm size, leverage, profitability, capital structure, and firm age on firm value in the food and beverage sector of companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020–2023 period. The research method employed a quantitative approach using secondary data in the form of company financial reports. Purposive sampling was used to select companies that met the research criteria. Hypothesis testing was conducted using multiple linear regression analysis with the aid of SPSS software. The results indicate that leverage, profitability, and capital structure significantly influence firm value. Meanwhile, firm size and firm age do not significantly influence firm value.

Keywords: Capital Structure, Firm Age, Firm Size, Leverage, Profitability.

Abstrak

Persaingan industri makanan dan minuman yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja agar mampu menarik minat investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi indikator penting yang mencerminkan tingkat kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, struktur modal, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2023. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, sehingga diperoleh sampel perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage, profitabilitas, dan struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Leverage, Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan.

1. Pendahuluan

Beragamnya jenis produk-produk kuliner di Indonesia membuat semakin banyaknya persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman untuk berlomba dalam memperkenalkan produknya agar bisa dikenal oleh konsumen masyarakat. Memaksimalkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan utama perusahaan (Dewi & Susanto, 2022). Hal ini membuat perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang food dan beverages harus meningkatkan nilai perusahaannya untuk mendongkrak agar tidak kalah dalam persaingan suatu pasar. Oleh karena itu agar perusahaan mampu bertahan dan tetap maju dalam berbagai kondisi, maka setiap perusahaan harus dituntut untuk mengantisipasi segala kondisi yang ada. Kinerja yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan serta harga saham

perusahaan, hal ini akan mencerminkan kemakmuran bagi para pemegang saham perusahaan (Luh Surpa Dewantari et al., 2019)

Nilai perusahaan merupakan harga yang tersedia dibayar oleh calon investor jika suatu perusahaan akan dijual (Mujiyati et al., 2022). Investor akan melihat kondisi suatu perusahaan sebelum melakukan pengambilan keputusan untuk berinvestasi terutama berupa saham. Nilai suatu perusahaan dapat dilihat berdasarkan harga saham suatu perusahaan, karena terdapat hubungan yang positif antara harga saham dengan nilai perusahaan, yaitu semakin tinggi harga saham perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan (Dewi & Praptoyo, 2022).

Menentukan nilai perusahaan merupakan perkara penting bagi perusahaan yang akan menentukan arah masa depan bagi keberlanjutan perusahaan. Sehingga Untuk mengetahui cara meningkatkan dan memaksimalkan nilai perusahaan terlebih dahulu harus mengetahui kemungkinan faktor yang akan berdampak bagi nilai perusahaan. Menurut (Luh Surpa Dewantari et al., 2019) ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas. Sedangkan menurut Salsa & Nugraha (2022) Nilai perusahaan juga di pengaruhi oleh struktur modal dan umur perusahaan.

Menurut Muzayin & Trisnawati (2022) Ukuran perusahaan adalah cerminan dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya ukuran suatu Perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan besar kecilnya total modal yang perusahaan gunakan, total aset yang perusahaan miliki, serta total penjualan yang perusahaan peroleh. Perusahaan yang berskala besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik guna memaksimalkan nilai Perusahaan (L. A. Dewi & Praptoyo, 2022).

Leverage adalah pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional Perusahaan. Dalam dunia bisnis, leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang mengharuskan perusahaan membayar biaya tetap. Tujuannya adalah untuk meningkatkan keuntungan yang dianggap menguntungkan bagi para pemegang saham (L. A. Dewi & Praptoyo, 2022). Namun, Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba (Luh Surpa Dewantari et al., 2019).

Profitabilitas adalah tingkat kemampuan perusahaan untuk mengukur efektivitas manajemen yang dihitung oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi Perusahaan (Muzayin & Trisnawati, 2022). Menurut Carolin & Susilawati (2024) Ketika suatu Perusahaan profitabilitasnya naik, maka nilai Perusahaan akan turut meningkat karena investor akan berinvestasi pada Perusahaan dengan keuntungan yang besar karena menyiratkan kondisi keuangan yang sehat.

Struktur modal adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam mengelola pembiayaan kegiatan perusahaan, karena dengan struktur modal yang baik perusahaan akan bisa meminimalisirnya (Salsa & Nugraha, 2022). Menurut (Barokah et al., 2023) Semakin tinggi modal suatu perusahaan yang berasal dari modal sendiri, baik investor maupun pemilik, menunjukkan rendahnya utang yang dimiliki sehingga cenderung akan memberikan insentif yang lebih besar kepada pemiliknya.

Umur Perusahaan dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk menentukan Tingkat kematangan suatu Perusahaan. Umur perusahaan dihitung berdasarkan lama berdirinya dari tahun perusahaan berdiri sampai dengan periode penelitian, Semakin lama perusahaan berdiri menyebabkan para investor akan lebih mudah percaya pada

perusahaan (Anggasta & Suhendah, 2020). Perusahaan dengan umur lebih tua diperkirakan akan lebih memiliki rasa tanggung jawab sehingga membuat nilai dari suatu perusahaan pun semakin tinggi.

Beberapa peneliti terdahulu menemukan hasil penelitiannya tentang nilai perusahaan, antara lain penelitian yang dilakukan Fahri et al. (2022) yang berjudul "Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Utang, dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal dan umur Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan utang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara kebijakan utang terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara umur perusahaan terhadap nilai Perusahaan

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Muzayin & Trisnawati (2022) yang berjudul "Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Hertina et al. (2019) dalam penelitiannya yang berjudul "Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan dan kebijakan hutang berpengaruh negative terhadap nilai Perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian lainnya yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia" yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah (2022) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Indriani et al. (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan". Menunjukkan hasil bahwa Ukuran Perusahaan, kebijakan deviden, leverage, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan dan akuntansi lingkungan berpengaruh negative terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian lainnya yang membahas mengenai pengaruh ukuran Perusahaan, profitabilitas, deviden, dan umur Perusahaan terhadap nilai Perusahaan yang dilakukan oleh Anggasta & Suhendah (2020), menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan, deviden, dan umur perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Murti et al. (2024) dalam penelitiannya yang berjudul "pengaruh kepemilikan institusional, umur Perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai Perusahaan". Menunjukkan hasil bahwa Kepemilikan institusional dan umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Barokah et al. (2023) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada

Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap nilai Perusahaan. Sedangkan struktur modal tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai Perusahaan.

Lumoly et al. (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Menunjukkan hasil bahwa likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo & Hermawan (2023) yang berjudul “profitabilitas, ukuran Perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai Perusahaan”. Menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan struktur modsl tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Muharramah & Hakim (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Menunjukkan hasil bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan leverage dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

2. Tinjauan Literatur

Teori Agensi (Agency Theory)

Menurut Indriani et al. (2021), teori keagenan menjelaskan hubungan antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajemen), di mana prinsipal memberikan wewenang kepada agen untuk mengelola perusahaan berdasarkan kontrak yang telah disepakati. Teori ini menekankan adanya pemisahan peran serta potensi perbedaan kepentingan antara kedua pihak, sehingga dapat menimbulkan konflik keagenan. Dalam perkembangannya, teori agensi terbagi menjadi dua pendekatan, yaitu *positivist* dan *principal-agent* (Jensen, 1983). Sebagai pihak yang diberi kewenangan, manajemen diharapkan bertindak demi kepentingan pemegang saham dan mengambil keputusan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, teori keagenan berperan penting dalam menjelaskan hubungan antara tata kelola perusahaan dan nilai perusahaan, karena penerapan mekanisme yang mampu meminimalkan konflik keagenan dapat meningkatkan kinerja serta nilai perusahaan.

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Menurut Dewi dan Praptoyo (2022), Teori Sinyal menjelaskan bahwa perusahaan menyampaikan informasi kepada pihak eksternal melalui laporan keuangan yang dipublikasikan sebagai sinyal mengenai kondisi perusahaan. Sinyal positif mencerminkan kinerja perusahaan yang baik sehingga dipandang sebagai *good news* oleh investor, sedangkan sinyal negatif menunjukkan kondisi yang kurang menguntungkan dan dianggap sebagai *bad news*. Dalam kaitannya dengan nilai perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin kuat sinyal positif yang diberikan kepada investor, sementara nilai perusahaan yang rendah memberikan sinyal negatif. Informasi tersebut menjadi dasar pertimbangan bagi investor dan pihak berkepentingan lainnya dalam pengambilan keputusan (Dewi & Praptoyo, 2022).

Nilai Perusahaan

Menurut Keown (2004), nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga utang dan ekuitas yang beredar serta mencerminkan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Tingginya nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham menunjukkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga terhadap prospek perusahaan di masa mendatang (Luh Surpa Dewantari et al., 2019). Nilai perusahaan dapat diukur melalui berbagai indikator berbasis pasar, seperti Price Earning Ratio (PER), Price to Book Value (PBV), Market to Book Ratio (MBR), Dividend Yield Ratio, dan Dividend Payout Ratio (DPR) (Brigham & Houston, 2010). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV) karena rasio ini mampu menunjukkan sejauh mana pasar menghargai nilai buku perusahaan. Menurut Ang (1997), PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga saham terhadap nilai bukunya.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan, yang umumnya diukur melalui total aset yang dimiliki. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan sumber daya, meningkatkan efisiensi operasional, serta mengembangkan usahanya. Perusahaan dengan ukuran yang besar juga cenderung memperoleh perhatian lebih dari investor, pemerintah, dan masyarakat sehingga dituntut untuk menyajikan laporan keuangan secara tepat waktu dan transparan. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Joni dan Lina, 2010; Gunawan, 2019).

Leverage

Leverage merupakan penggunaan utang oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional dan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban finansialnya apabila dilikuidasi (Luh Surpa Dewantari et al., 2019; Agnes, 2004). Pengelolaan leverage yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan karena penggunaan utang yang tepat mampu mendukung pembiayaan aktivitas perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor. Dalam penelitian ini, leverage diukur menggunakan Debt to Asset Ratio (DAR), yaitu rasio yang menunjukkan proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang (Agustiningsih & Septiani, 2022).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari penjualan, total aset, maupun modal sendiri serta mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Santoso dan Priatinah, 2016). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan secara optimal sehingga dapat menjamin keberlangsungan usaha dan meningkatkan nilai ekonomi perusahaan (Dewi & Susanto, 2022). Dengan demikian, profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien.

Struktur Modal

Menurut Prasetyo & Hermawan (2023), struktur modal merupakan kombinasi pendanaan yang berasal dari ekuitas dan utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aset serta mendukung peningkatan modal perusahaan, dengan tetap memperhatikan keseimbangan antara manfaat dan biaya penggunaan utang. Struktur modal dapat diukur menggunakan beberapa indikator, seperti debt to asset ratio, debt to equity ratio (DER), long term debt to equity, fixed charge coverage, dan cash flow adequacy. Dalam penelitian ini, struktur modal diproksikan dengan debt to equity ratio (DER). Berdasarkan teori trade-off, peningkatan nilai DER dapat meningkatkan nilai perusahaan selama belum melampaui titik optimal, karena penggunaan utang mampu memberikan manfaat bagi perusahaan. Namun, utang yang terlalu tinggi juga meningkatkan risiko sehingga dapat memengaruhi kepercayaan investor dan pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan (Hirdinis, 2019).

Umur Perusahaan

Umur perusahaan dapat dijadikan sebuah acuan untuk melihat apakah perusahaan tersebut bertahan dalam bersaing dengan pesaingnya karena menjadi suatu bukti yang membuat Perusahaan tersebut masih bisa terus berdiri. Semakin lama perusahaan berdiri, semakin berpengalaman perusahaan tersebut untuk menangani berbagai kondisi yang dihadapi oleh Perusahaan (Salsa & Nugraha, 2022).

Pengembangan Hipotesis

Hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan

Menurut pendapat Yunita (2011) perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula akses sumber daya yang didapat untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dan juga besar kecilnya Ukuran suatu perusahaan berpengaruh terhadap dikenal tidaknya suatu perusahaan yang berhubungan dengan peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Luh Surpa Dewantari, Cipta, Putu Agus Jana Susila, et al., 2019) dan Hidayat & Khotimah (2022) menunjukkan bahwa bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka berdasarkan pemaparan diatas hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah:

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hubungan antara leverage dan nilai perusahaan

Leverage yakni rasio yang menunjukkan kesanggupan perusahaan mengatur utangnya untuk dapat mendapatkan laba serta membayar kembali utangnya (Sari &

Sukadana, 2021). Leverage dipergunakan dalam mengukur aset yang dibiayai melalui utang dibanding modal yang dimilikinya. Leverage menjadi sebuah risiko bagi perusahaan dan sebaiknya sumber pendanaan internal dipergunakan dahulu dari pada pendanaan eksternal (Meindarto & Lukiastuti, 2016).

Berdasarkan uraian di atas bahwa mengatakan bahwa penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan karena penggunaan hutang dapat menghemat pajak dimana bunga yang dikenakan akibat penggunaan hutang dikurangkan terlebih dahulu, sehingga mengakibatkan perusahaan memperoleh keringanan pajak. Akan tetapi hutang dapat menjadi faktor turunnya nilai perusahaan apa bila pengelolaan hutang dan tanggung jawab perusahaan tidak baik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Carolin & Susilawati (2024) memperoleh hasil bahwa leverage melalui rasio DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatul Aziz & Widati (2023) dan Furniawan (2022) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka berdasarkan pemaparan di atas hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah :

H₂ : Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu (Hanafi dan Halim, 2009:81). Rasio profitabilitas yang semakin baik akan semakin pula menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. Menurut Kusuma dan Zainul (2013), Sebagaimana diungkapkan oleh Kasmir (2015), tujuan dan manfaat dari rasio profitabilitas adalah sebagai berikut: untuk mengukur dan memahami tingkat laba yang tercipta; untuk mengetahui dan mengevaluasi besarnya laba bersih setelah dipotong pajak berdasarkan ekuitas; dan untuk mengukur serta menilai produktivitas dana keseluruhan yang digunakan oleh perusahaan, melibatkan baik ekuitas maupun pinjaman (Kasmir, 2015). Semakin tinggi profitabilitas (profitability), semakin tinggi pula nilai perusahaan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, akan menaikkan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan kenaikan harga saham perusahaan.

Semakin besar profitabilitas maka nilai perusahaan yang diperoleh juga semakin besar. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang cukup tinggi akan mendapatkan dana yang cukup, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya yang berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan (Rudangga, 2016). Dari uraian di atas dapat diketahui hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah semakin besar profitabilitas suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang akan menarik investor untuk menanamkan sahamnya dan hal tersebut akan sejalan dengan bertambahnya nilai suatu perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya oleh Indriani et al. (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggasta & Suhendah (2020) dan Salsa & Nugraha (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka berdasarkan pemaparan di atas hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah :

H₃ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hubungan antara struktur modal dengan nilai perusahaan

Pengertian struktur modal berbeda beda menurut para ahli, dimana menurut pendapat Bambang, (2011) struktur modal adalah pembelanjaan permanen yang dicerminkan melalui perimbangan antara modal sendiri dengan hutang jangka panjang sedangkan pengertian struktur modal menurut (Mursalim, 2009) adalah proporsi dari pendanaan atau permodalan permanen jangka panjang perusahaan yang diwakili utang, saham preferen dan ekuitas saham biasa. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa struktur modal merupakan komposisi antara modal sendiri dengan hutang jangka panjang dalam pembiayaan permanen diperusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan Salsa & Nugraha (2022) bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Karena dalam menjalankan usahanya, perusahaan tentu membutuhkan pendanaan dari berbagai sumber. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purmalita & Fauzan (2024). Maka berdasarkan pemaparan diatas hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah :

H₄ : Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hubungan antara umur perusahaan dengan nilai perusahaan

Umur suatu perusahaan adalah faktor penting dalam perjalanan bisnis. Usia perusahaan akan berdampak pada nilainya (Gunawan, 2019). Umur perusahaan dapat dijadikan sebuah acuan untuk melihat apakah perusahaan tersebut bertahan dalam bersaing dengan pesaingnya karena menjadi suatu bukti yang membuat Perusahaan tersebut masih bisa terus berdiri. Semakin lama perusahaan berdiri, semakin berpengalaman perusahaan tersebut untuk menangani berbagai kondisi yang dihadapi oleh Perusahaan (Salsa & Nugraha, 2022).

Penelitian yang di lakukan oleh Murti et al. (2024) memperoleh hasil bahwa umur perusahaan memiliki hubungan dengan nilai perusahaan. penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muzayin & Trisnawati (2022). Maka berdasarkan pemaparan diatas hipotesis yang diambil untuk penelitian ini adalah :

H₅ : Umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, struktur modal, dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2023. Populasi penelitian meliputi seluruh perusahaan sektor food and beverages yang terdaftar di BEI, sedangkan sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu perusahaan yang terdaftar secara berturut-turut selama periode penelitian, menerbitkan laporan keuangan lengkap, memperoleh laba, dan menggunakan mata uang rupiah. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan melalui situs resmi BEI dan perusahaan terkait. Nilai perusahaan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV), sedangkan variabel independen meliputi ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, struktur modal, dan umur perusahaan yang diukur berdasarkan indikator keuangan yang umum digunakan dalam penelitian terdahulu. Analisis data dilakukan menggunakan software SPSS melalui statistik deskriptif, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji koefisien determinasi (Adjusted

R^2), uji t, dan uji F untuk mengetahui kemampuan model serta pengaruh masing-masing variabel terhadap nilai perusahaan (Sugiyono, 2017; Ghozali, 2018).

4. Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, dengan data sampel yang dianalisis melalui teknik statistika. Tujuannya adalah menguji sejauh mana Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Struktur Modal dan Umur Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sumber data yang digunakan berasal dari dokumen sekunder, yaitu laporan tahunan (*annual report*) perusahaan-perusahaan sektor *Food and Beverages*. Dokumen tersebut diakses secara resmi melalui situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta laman resmi masing-masing perusahaan.

Tabel 1. Proses Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan sektor Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).	131
2	Perusahaan sektor Food and Beverages yang terdaftar di BEI yang tidak mempublikasikan Annual Report tahun 2020-2023 secara lengkap yang diperlukan dalam penelitian.	(28)
3	Perusahaan sektor Food and Beverages yang tidak menyajikan data keuangan yang dibutuhkan secara lengkap terkait variabel penelitian	(48)
4	Perusahaan sektor Food and Beverages yang tidak memperoleh laba secara berturut-turut selama periode 2020-2023	(22)
5	Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dalam penyusunan laporan keuangannya	(8)
	Total sampel dalam satu tahun	25
	Total observasi selama 4 tahun	100
	Data yang terkena outlier	-21
	Total sampel yang digunakan	79

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2025

Tabel 1 menjelaskan proses penyaringan sampel penelitian berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditetapkan. Pada tahap awal, terdapat 26 perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2023. Dari jumlah tersebut, satu Perusahaan dieliminasi karena tidak menyediakan laporan keuangan lengkap yang diperlukan untuk variabel penelitian, seperti ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, struktur modal, umur Perusahaan serta nilai perusahaan. Selanjutnya, tidak ada perusahaan yang dikeluarkan berdasarkan penggunaan mata uang penyusunan laporan keuangan, sehingga total perusahaan yang memenuhi kriteria berjumlah 25. Mengingat periode penelitian mencakup empat tahun, total observasi menjadi 100 data. Setelah dilakukan uji outlier, sebanyak 21 data harus dikeluarkan karena tidak memenuhi kelayakan analisis. Dengan demikian, jumlah sampel akhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah 79 observasi.

Analisis Statistik Deskriptif

Dari hasil statistik masing-masing variabel penelitian, maka hasil tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	79	0,27	6,71	2,2860	1,45058
Ukuran Perusahaan	79	25,35	32,86	28,6035	1,84943
Leverage	79	0,01	1,33	0,3838	0,19095
Profitabilitas	79	-0,22	0,81	0,0767	0,11186
Struktur Modal	79	0,01	1,99	0,6907	0,46193
Umur Perusahaan	79	5,00	41,00	18,7848	12,69935

Sumber : Hasil SPSS 25, 2025

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai perusahaan memiliki rata-rata sebesar 2,2860 dengan rentang nilai 0,27–6,71 dan standar deviasi 1,45058, yang mengindikasikan adanya variasi nilai perusahaan antar sampel. Ukuran perusahaan memiliki rata-rata 28,6035 dengan rentang 25,35–32,86 dan standar deviasi 1,84943, menunjukkan ukuran perusahaan yang relatif homogen. Leverage memiliki rata-rata 0,3838 dengan rentang 0,01–1,33 dan standar deviasi 0,19095, yang menunjukkan tingkat penggunaan utang yang cukup terkendali. Profitabilitas memiliki rata-rata 0,0767 dengan rentang -0,22–0,81 dan standar deviasi 0,11186, yang mengindikasikan kemampuan menghasilkan laba yang relatif rendah dan bervariasi. Struktur modal menunjukkan rata-rata 0,6907 dengan rentang 0,01–1,99 dan standar deviasi 0,46193, mencerminkan perbedaan komposisi pendanaan antar perusahaan. Sementara itu, umur perusahaan memiliki rata-rata 18,7848 tahun dengan rentang 5–41 tahun dan standar deviasi 12,69935, yang menunjukkan bahwa sampel penelitian terdiri atas perusahaan dengan tingkat kematangan usaha yang beragam.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan dalam menguji apakah model regresi, residu dari persamaan regresi tersebut memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Berikut ini tabel hasil dari uji normalitas melalui Uji Kolmogorov-Smirnov :

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

N	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
79	0,176	> 0,05	Normal

Sumber : Hasil SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,176, dimana nilai tersebut lebih tinggi dari batas signifikansi 0,05, maka data dinyatakan memenuhi kriteria normalitas. Artinya, seluruh variabel yang dianalisis memiliki distribusi yang normal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pola distribusi data tidak menyimpang dari kurva normal, sehingga data layak digunakan dalam pengolahan statistik parametrik.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk memeriksa apakah ada korelasi signifikan antara variabel independen dalam model regresi. Menurut mereka, model regresi

yang baik harus menunjukkan bahwa tidak ada korelasi signifikan antara variabel independen satu sama lain atau mampu memenuhi asumsi non-multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Ukuran Perusahaan	0,803	1,245	Bebas Multikolinieritas
Leverage	0,199	5,020	Bebas Multikolinieritas
Profitabilitas	0,288	3,474	Bebas Multikolinieritas
Struktur Modal	0,150	6,662	Bebas Multikolinieritas
Umur Perusahaan	0,803	1,245	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Hasil SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel tersebut, seluruh variabel menunjukkan nilai Tolerance yang berada di atas 0,10 dan nilai VIF yang berada di bawah batas kritis 10. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah didalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil dari Uji Heteroskedastisitas telah dilakukan dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Ukuran Perusahaan	0,676	Bebas Heterokedastisitas
Leverage	0,811	Bebas Heterokedastisitas
Profitabilitas	0,411	Bebas Heterokedastisitas
Struktur Modal	0,778	Bebas Heterokedastisitas
Umur Perusahaan	0,211	Bebas Heterokedastisitas

Sumber : Hasil SPSS 25, 2025

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi dari setiap variabel adalah lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Hasil uji untuk mendeteksi gejala autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson (D-W) dengan didukung kriteria yang diungkapkan oleh Santoso dimana apabila angka D-W di bawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif. Jika angka D-W berada di antara -2 sampai +2 berarti tidak terjadi autokorelasi. Sedangkan jika angka D-W di atas +2 berarti terjadi autokorelasi negatif. Hasil uji yang diperoleh adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Nilai DW	Kriteria	Keterangan
1,566	-2 sampai +2	Bebas Autokorelasi

Sumber : Hasil SPSS 25, 2025

Dari hasil uji autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson menunjukkan nilai D-W Hitung sebesar 1,566. Nilai tersebut berada di antara -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengevaluasi bagaimana variabel dependen berinteraksi dengan sejumlah variabel independen, analisis regresi berganda adalah teknik statistik yang umum digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan lima variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Struktur Modal dan Umur Perusahaan. Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda :

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized		Std.	t	Sig.	Keterangan
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	4,027	2,635		1,528	0,131	
Ukuran Perusahaan	-0,047	0,095	-0,060	-0,496	0,622	H ₁ Ditolak
Leverage	-5,255	1,839	-0,692	-2,857	0,006	H ₂ Diterima
Profitabilitas	7,456	2,612	0,575	2,854	0,006	H ₃ Diterima
Struktur Modal	1,800	0,876	0,573	2,055	0,043	H ₄ Diterima
Umur Perusahaan	-0,011	0,014	-0,093	-0,768	0,445	H ₅ Ditolak
F _{stat}	2,525					
F _{sig}					0,036 _b	
R ²	0,147					
AdjR ²	0,089					

Sumber : Hasil SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diatas, dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut:

Nilai Perusahaan

$$= 4,027 - 0,047IUP - 5,255L + 7,456P + 1,800SM - 0,011UMP + e$$

Berdasarkan hasil uji regresi, konstanta sebesar 4,027 menunjukkan bahwa nilai perusahaan berada pada titik awal tersebut ketika seluruh variabel independen dianggap konstan. Ukuran perusahaan memiliki koefisien negatif sebesar -0,047, yang berarti peningkatan ukuran perusahaan cenderung menurunkan nilai perusahaan. Leverage juga berpengaruh negatif dengan koefisien -5,255, menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat utang, semakin rendah nilai perusahaan. Sebaliknya, profitabilitas memiliki pengaruh positif sebesar 7,456 yang mengindikasikan bahwa peningkatan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan. Struktur modal juga berpengaruh positif dengan koefisien 1,800, yang berarti semakin optimal struktur pendanaan, semakin tinggi nilai perusahaan. Sementara itu, umur perusahaan berpengaruh negatif sebesar -0,011, yang menunjukkan bahwa semakin lama umur perusahaan tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji pada tabel 7, uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,036 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga model regresi dinyatakan layak dan variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, hasil uji t menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage, profitabilitas, dan struktur modal berpengaruh signifikan. Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan nilai Adjusted R² sebesar 0,089, yang berarti seluruh variabel independen dalam model hanya mampu menjelaskan 8,9% variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya 91,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian uji t yang ditunjukkan pada tabel *coefficients*, dapat diketahui bahwa variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,622 > 0,05$, sehingga hipotesis nol (H_0) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, yang berarti hipotesis alternatif (H_1) ditolak.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak menjadi faktor penentu dalam meningkatkan nilai perusahaan pada sektor *food and beverage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa besarnya total aset tidak secara langsung meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Investor cenderung lebih mempertimbangkan faktor profitabilitas dan prospek pertumbuhan dibandingkan dengan skala perusahaan semata. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan aset yang lebih besar belum tentu memiliki nilai pasar yang lebih tinggi. Hal tersebut dimungkinkan karena perusahaan berukuran besar cenderung menghadapi kompleksitas operasional, beban biaya yang lebih tinggi, serta tantangan efisiensi yang dapat menekan persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Luh Surpa Dewantari, Cipta, Putu Agus Jana Susila, et al., 2019) dan Hidayat & Khotimah (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena investor tidak hanya mempertimbangkan skala aset dalam menilai kinerja perusahaan, melainkan lebih menitikberatkan pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola keuangan secara efektif. Namun demikian, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian lain yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan faktor utama yang mendorong peningkatan nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan sektor *food and beverage*.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian uji t yang ditunjukkan pada tabel *coefficients*, dapat diketahui bahwa variabel Leverage memiliki nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis (H_2) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh signifikan tersebut menunjukkan bahwa tingkat penggunaan utang merupakan faktor penting yang memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan. Leverage yang tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan karena bertambahnya beban bunga dan kewajiban pembayaran utang, yang pada akhirnya berpotensi menekan laba serta menurunkan kepercayaan pasar. Kondisi ini dapat berdampak pada penurunan harga saham, sehingga nilai perusahaan menjadi lebih rendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan penggunaan utang justru menurunkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh meningkatnya risiko finansial dan potensi distress yang dipersepsikan investor ketika tingkat leverage semakin tinggi. Oleh

karena itu, struktur pendanaan yang didominasi oleh utang perlu dikelola secara hati-hati agar tidak menimbulkan persepsi negatif di mata investor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Carolin & Susilawati (2024) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena tingkat utang yang tinggi cenderung meningkatkan risiko kebangkrutan dan ketidakstabilan keuangan. Dengan demikian, leverage menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan

Ketergantungan pada utang yang tinggi dapat menurunkan kepercayaan pasar karena dianggap berpotensi mengurangi fleksibilitas operasional, menekan profitabilitas melalui biaya bunga, serta meningkatkan kemungkinan terjadinya kesulitan keuangan. Jadi Leverage yang tinggi secara konsisten merugikan nilai perusahaan, sehingga walaupun arah pengaruhnya negatif, kekuatan pengaruhnya tetap signifikan. Dengan kata lain, semakin besar ketergantungan pada utang, semakin besar pula penurunan nilai perusahaan, dan hubungan ini benar-benar terbukti berdasarkan data.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian uji t yang ditunjukkan pada tabel *coefficients*, dapat diketahui bahwa variabel Profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_3) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh signifikan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola aset dan sumber daya perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar. Kondisi ini mendorong peningkatan minat investor terhadap saham perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan harga saham dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Indriani et al. (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena laba yang tinggi memberikan sinyal positif mengenai prospek dan keberlanjutan usaha perusahaan. Dengan demikian, profitabilitas merupakan salah satu faktor utama yang mendorong peningkatan nilai perusahaan di mata investor.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian uji t yang ditunjukkan pada tabel *coefficients*, dapat diketahui bahwa variabel Struktur Modal memiliki nilai signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_4) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh signifikan tersebut menunjukkan bahwa komposisi pendanaan perusahaan, baik yang bersumber dari utang maupun modal sendiri, memiliki peranan penting dalam membentuk nilai perusahaan. Struktur modal yang dikelola secara optimal mampu meningkatkan efisiensi pembiayaan serta memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko keuangan. Penggunaan utang dalam proporsi yang tepat juga dapat memberikan

manfaat berupa penghematan pajak, sehingga berdampak pada peningkatan laba dan nilai Perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Salsa & Nugraha (2022) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena keputusan pendanaan yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan investor serta memperkuat posisi keuangan perusahaan. Dengan demikian, struktur modal merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan di mata pasar.

Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian uji t yang ditunjukkan pada tabel *coefficients*, dapat diketahui bahwa variabel Umur Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,445 > 0,05$, sehingga hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_5) ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa lamanya perusahaan beroperasi tidak menjadi faktor utama dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang telah berdiri lebih lama belum tentu memiliki nilai pasar yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang relatif baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang lebih lama berdiri cenderung mengalami penurunan persepsi pasar terhadap prospek pertumbuhannya. Kondisi tersebut dapat disebabkan oleh fase maturitas perusahaan yang ditandai dengan perlambatan inovasi dan pertumbuhan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh perusahaan yang berusia lebih tua cenderung menghadapi tantangan dalam mempertahankan inovasi, efisiensi operasional, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar dan persaingan industri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Murti et al. (2024) yang menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena investor tidak menjadikan lamanya usia perusahaan sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi. Investor lebih menitikberatkan pada kinerja keuangan, prospek pertumbuhan, dan strategi pengelolaan perusahaan. Dengan demikian, umur perusahaan bukan merupakan faktor yang secara signifikan mendorong peningkatan nilai Perusahaan.

5. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor food and beverages yang terdaftar di BEI periode 2020–2023, sedangkan leverage, profitabilitas, dan struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup yang hanya mencakup subsektor food and beverages sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke sektor lain, penggunaan proksi tunggal untuk setiap variabel seperti PBV sebagai ukuran nilai perusahaan, serta keterbatasan data sekunder dari laporan keuangan yang berpotensi memiliki perbedaan praktik akuntansi antar perusahaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke sektor lain di BEI, menggunakan alternatif pengukuran variabel seperti Tobin's Q atau PER untuk nilai

perusahaan, serta mengombinasikan pendekatan kuantitatif dengan data kualitatif agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Anggasta, G., & Suhendah, R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dividen dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2.
- Barokah, A., Surlanti, M., Siregar, D. A., & Jazuli, M. A. (2023). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. In *JAKP: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan* (Vol. 6, Issue 1).
- Carolin, J. Y., & Susilawati, C. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya*, 7(1), 588–597. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1447>
- Deddy Kurniawansyah¹ Sigit Kurnianto Firdaus Aditya Rizqi. (2018). The current issue and full text archive of this journal is available at. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga Vol. 3. No. 2, 3*.
- Dewi, C., & Susanto, L. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Kepemilikan Institusional, dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 4(2), 540–549.
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(2). www.idx.co.id
- Deziana, A., & Monica, W. (2016). Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergolong LQ45 di BEI Periode 2011-2014). *JURNAL Akuntansi & Keuangan*, 7(2).
- Fahri, Z., Sumarlin, & Jannah, R. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Utang, dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *ISAFIR Islamic Accounting and Finance Review*, 3(1).
- Furniawan. (2022). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *The Asia Pacific Journal of Management Studies*, 9(2), 111–122.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Gunawan, V. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Opini Audit, Umur Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal FinAcc*, 4(4).
- Hertina, D., Hidayat, M. B. H., & Mustika, D. (2019). Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodemica*, 3(1).
- 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>
- Hidayatul Aziz, M. S. N., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 7(1), 171. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>

- Hirdinis, M. (2019). Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability. In *International Journal of Economics and Business Administration: Vol. VII* (Issue 1). www.idx.co.id,
- Indriani, N. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *JURNAL KHARISMA*, 3(1).
- Luh Surpa Dewantari, N., Cipta, W., & Putu Agus Jana Susila, G. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages di BEI. *Jurnal Prospek*, 1(2).
- Luh Surpa Dewantari, N., Cipta, W., Putu Agus Jana Susila, G., Studi Manajemen, P., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei. *Jurnal Prospek*, 1(2). <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>
- Lumoly, S., Murni, S., & Untu, V. N. (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA* (Vol. 6, Issue 3). www.kemenperin.go.id
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. <https://www.idx.co.id/>
- Mujiyati, M., Aris, M. A., & Zulfikar, Z. (2022). Tax amnesty and company value: Testing tax avoidance as an intervening variable. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(3), 176–188. [https://doi.org/10.21511/imfi.19\(3\).2022.15](https://doi.org/10.21511/imfi.19(3).2022.15)
- Murti, G. T., Saraswati, Rr. S., & Faizi, M. F. N. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Umur Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 8(1), 414–423. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i1.1817>
- Muzayin, M. H. T., & Trisnawati, R. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019). *E-Prosiding Akuntansi*, 3(1).
- Prasetyo, D. wahyu, & Hermawan, A. (2023). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya : Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 545–559. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.969>
- Purmalita, M. Y., & Fauzan. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Audit, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 610–618. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1185>
- Salsa, S. S., & Nugraha, D. S. (2022). Pengaruh Umur Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Properti dan Real Estat yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 02(03), 692–703.
- Yuliani, N. M. A., & Erawati, N. M. A. (2017). Pengaruh Financial Distress, Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Pada Opini Audit Going Concern. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2).