



## Pengaruh Return on Assets (ROA) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman di BEI

Magdalena Uliarta<sup>1</sup>, Nanu Hasanuh<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Singaperbangsa Karawang

### Abstract

Received: 2 November 2025

Revised: 14 November 2025

Accepted: 29 November 2025

*This study aims to examine the influence of Return on Assets (ROA) and firm size on firm value in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2020–2023 period. The research employed a quantitative approach with descriptive and verifikatif methods using secondary data obtained from audited financial reports. A total of 25 companies were selected through purposive sampling, resulting in 100 panel data observations. The analysis was conducted using multiple linear regression. The results show that ROA has a significant positive effect on firm value, with a t-value of 4.213 and a significance level of 0.000 ( $<0.05$ ), indicating that profitability increases market valuation. Firm size also has a significant positive effect on firm value, with a t-value of 2.698 and a significance level of 0.008 ( $<0.05$ ), suggesting that larger firms tend to gain higher market confidence. The coefficient of determination (Adjusted  $R^2$ ) is 0.473, meaning that ROA and firm size together explain 47.3% of the variation in firm value. These findings imply that both profitability and firm scale are key indicators in evaluating the market value of companies in this sector.*

**Keywords:** Return on Assets (ROA), Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

(\*) Corresponding Author:

**How to Cite:** Uliarta, M., & Hasanuh, N. (2025). Pengaruh Return on Assets (ROA) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub-Sektor Makanan dan Minuman di BEI. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(12.B), 209-216. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13479>.

## PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman (mamin) merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia, berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menjaga ketahanan pangan nasional. Sebagai negara dengan populasi besar dan pertumbuhan kelas menengah yang pesat, permintaan terhadap produk makanan dan minuman terus meningkat, menjadikan sektor ini sebagai pilar utama dalam struktur ekonomi nasional. Kontribusi sektor mamin terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional menunjukkan tren positif. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022, industri makanan dan minuman menyumbang sebesar Rp813,06 triliun terhadap PDB atas dasar harga konstan (ADHK) (Malikussaleh, 2023). Hal ini mencerminkan peran signifikan sektor ini dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Stabilitas dan daya tahan sektor mamin terhadap dinamika ekonomi nasional juga patut dicatat. Meskipun menghadapi tantangan global seperti pandemi COVID-19, sektor ini menunjukkan ketahanan yang kuat. Laporan dari Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) menyebutkan bahwa sektor makanan dan minuman tumbuh sebesar 5,7% (YoY) pada tahun 2023, didorong oleh peningkatan

penjualan di berbagai segmen seperti katering, kafe, dan food court (Bappenas, 2023). Perkembangan perusahaan sub-sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) juga menunjukkan tren positif. Berdasarkan hasil kajian oleh Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan (2023), jumlah perusahaan sub-sektor mamin yang terdaftar di BEI meningkat signifikan dari 25 perusahaan pada tahun 2018 menjadi 84 perusahaan pada tahun 2022. Peningkatan ini mencerminkan minat investor yang tinggi terhadap sektor ini serta potensi pertumbuhan yang menjanjikan (Universitas PGRI Wiranegara, 2023). Kinerja keuangan perusahaan-perusahaan sub-sektor mamin di BEI juga menunjukkan hasil yang menggembirakan. Penelitian oleh Hidayat, Jaya, Permata, dan Putri (2023) menyatakan bahwa pendapatan sektor makanan dan minuman di BEI terus bertumbuh bahkan pada tahun 2020, saat puncak pandemi COVID-19, tanpa terjadi penurunan pendapatan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa sektor ini memiliki daya tahan yang kuat terhadap guncangan ekonomi (Hidayat et al., 2023).

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek suatu entitas bisnis. Menurut Brigham dan Houston (2010), nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar dari suatu perusahaan, yang mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut mampu memberikan keuntungan bagi pemegang sahamnya. Dalam konteks ini, nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan saat ini, tetapi juga ekspektasi masa depan terhadap pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan. Persepsi investor terhadap nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh informasi yang tersedia, baik dari laporan keuangan maupun sinyal-sinyal lain yang diberikan oleh manajemen. Teori sinyal (*signaling theory*) menyatakan bahwa perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada pasar melalui keputusan-keputusan keuangan yang diambil, seperti kebijakan investasi, pendanaan, dan dividen, yang pada akhirnya mempengaruhi nilai perusahaan (Ompusunggu & Wijaya, 2021). Keputusan-keputusan ini memberikan informasi kepada investor mengenai prospek masa depan perusahaan, yang kemudian tercermin dalam harga saham dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Salah satu ukuran yang umum digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah *Price to Book Value (PBV)*. PBV adalah rasio yang membandingkan harga pasar saham suatu perusahaan dengan nilai bukunya. Rasio ini memberikan gambaran tentang seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan tersebut. PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai bukunya, yang dapat diartikan sebagai sinyal positif terhadap prospek perusahaan (Rankia, 2024). Sebaliknya, PBV yang rendah dapat mengindikasikan bahwa pasar menilai perusahaan lebih rendah dari nilai bukunya, yang mungkin mencerminkan ketidakpercayaan terhadap prospek perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al. (2023), ditemukan bahwa PBV dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai apakah saham suatu perusahaan dinilai terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan dengan nilai bukunya. Penelitian ini menekankan pentingnya PBV dalam analisis investasi, karena rasio ini dapat membantu investor dalam mengambil keputusan investasi yang lebih informasional dan rasional.

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan kesehatan dan kinerja suatu entitas bisnis. Dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan sering diukur menggunakan rasio *Price to Book Value (PBV)*, yang membandingkan nilai pasar saham dengan nilai buku perusahaan. Rasio ini memberikan gambaran tentang bagaimana pasar menilai aset perusahaan dibandingkan dengan nilai akuntansinya. PBV yang tinggi menunjukkan bahwa pasar memiliki ekspektasi positif terhadap prospek perusahaan, sementara PBV yang rendah dapat mengindikasikan sebaliknya. Return on

Assets (ROA) adalah salah satu indikator kinerja keuangan yang mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki. ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan asetnya secara optimal untuk menghasilkan keuntungan. Penelitian oleh Febbilia et al. (2024) menemukan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2023. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan efisiensi penggunaan aset dapat meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Namun, pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan tidak selalu konsisten di semua sektor. Penelitian oleh Putra dan Sari (2023) menunjukkan bahwa ROA tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap PBV pada perusahaan manufaktur sektor otomotif yang terdaftar di BEI selama periode 2020–2022. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh karakteristik industri yang berbeda, di mana sektor otomotif mungkin menghadapi tantangan yang berbeda dibandingkan dengan sektor makanan dan minuman. Penelitian oleh Hidayat et al. (2023) menunjukkan bahwa pendapatan industri sektor makanan dan minuman di BEI terus bertumbuh bahkan pada tahun 2020, saat puncak pandemi COVID-19, tidak terjadi penurunan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa sektor ini memiliki daya tahan yang kuat terhadap guncangan ekonomi.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan kekuatan struktur ekonomi suatu entitas bisnis. Perusahaan dengan ukuran yang besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih luas, baik dari segi aset, modal, maupun kapasitas operasional. Hal ini memberikan keunggulan kompetitif dalam bentuk efisiensi biaya, kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas, dan daya tahan terhadap tekanan ekonomi. Ukuran perusahaan juga berkorelasi dengan tingkat kepercayaan investor, karena perusahaan besar dinilai memiliki stabilitas yang lebih tinggi dan akses yang lebih mudah terhadap pembiayaan dari pasar modal maupun lembaga keuangan (Purba et al., 2024).

Penelitian empiris menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, meskipun pengaruh ini dapat bervariasi tergantung pada sektor industrinya. Studi yang dilakukan oleh Purba et al. (2024) terhadap perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2023 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan aset besar cenderung dipersepsikan memiliki prospek bisnis yang lebih kuat sehingga memperoleh penilaian pasar yang lebih tinggi. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh Wijaya dan Susilowati (2023) yang meneliti perusahaan sektor pertambangan di BEI. Mereka menemukan bahwa ukuran perusahaan justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang kemungkinan disebabkan oleh kompleksitas manajemen perusahaan besar dan tingginya eksposur terhadap risiko regulasi serta fluktuasi harga komoditas.

Pada konteks industri makanan dan minuman, ukuran perusahaan tetap menjadi faktor penentu nilai perusahaan. Hamidah dan Ramdani (2023) dalam penelitiannya pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI tahun 2017–2021 menemukan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini berkaitan dengan skala produksi, distribusi, serta kapabilitas inovasi produk yang dimiliki perusahaan besar dalam sektor ini. Oleh karena itu, meskipun pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan bersifat tidak seragam antar sektor, dalam industri makanan dan minuman, korelasinya cenderung positif karena sektor ini sangat dipengaruhi oleh efisiensi operasional dan cakupan pasar. Meskipun

telah banyak penelitian yang mengkaji pengaruh Return on Assets (ROA) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sebagian besar studi tersebut masih bersifat umum dan mencakup berbagai sektor industri secara agregat. Penelitian yang secara khusus memfokuskan pada sub-sektor makanan dan minuman, khususnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), masih tergolong minim. Padahal, sub-sektor ini memiliki karakteristik operasional dan struktur pasar yang berbeda dibandingkan sektor lain, seperti sektor pertambangan, otomotif, atau properti. Perusahaan makanan dan minuman cenderung memiliki siklus produksi yang lebih cepat, permintaan pasar yang stabil karena sifat produknya yang esensial, serta sensitivitas yang tinggi terhadap efisiensi manajemen aset.

Minimnya kajian yang secara spesifik menyoroti keterkaitan antara efisiensi penggunaan aset dan skala perusahaan terhadap nilai pasar dalam sektor ini menciptakan celah akademik (*research gap*) yang penting untuk diisi. Studi-studi sebelumnya seperti oleh Hamidah dan Ramdani (2023) hanya berfokus pada pengaruh struktur modal dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan, tanpa secara eksplisit mengisolasi pengaruh variabel ROA dan ukuran perusahaan. Selain itu, penelitian oleh Febilia et al. (2024) telah mengkaji ROA terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman, namun belum menggabungkan analisis dengan ukuran perusahaan sebagai variabel simultan. Sebab karena itu, penting dilakukan penelitian lanjutan yang lebih kontekstual dan terarah pada sub-sektor makanan dan minuman di BEI. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana efisiensi penggunaan aset (ROA) dan skala operasional (ukuran perusahaan) memengaruhi nilai perusahaan dalam industri dengan karakteristik konsumsi yang relatif stabil dan persaingan yang dinamis. Dengan mengisi kekosongan ini, hasil kajian tidak hanya akan memperkaya literatur akademik, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi investor, analis pasar, dan manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan yang lebih strategis.

Berdasarkan latar belakang dan gap penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara empiris pengaruh Return on Assets (ROA) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang bergerak dalam sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana efisiensi penggunaan aset (yang tercermin dalam rasio ROA) dan skala operasional perusahaan (yang tercermin dalam ukuran perusahaan) dapat menjelaskan perbedaan nilai pasar antar perusahaan dalam industri makanan dan minuman. Fokus khusus pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman dilakukan karena sektor ini memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari sektor-sektor lain di BEI, seperti kestabilan permintaan, sensitivitas terhadap biaya produksi, serta daya tahan terhadap krisis ekonomi. Dengan membatasi ruang lingkup pada perusahaan-perusahaan dalam sub-sektor ini, penelitian diharapkan mampu memberikan hasil yang lebih kontekstual, relevan, dan dapat dijadikan dasar pertimbangan praktis bagi investor, manajer keuangan, serta pemangku kepentingan dalam membuat keputusan investasi dan strategi pengelolaan perusahaan.

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik dengan memperkaya literatur empiris terkait determinan nilai perusahaan, terutama di sektor industri makanan dan minuman yang selama ini masih kurang mendapat perhatian khusus dalam kajian keuangan di Indonesia. Periode waktu yang dianalisis dalam penelitian ini akan mencakup beberapa tahun terakhir, yang dipilih untuk menangkap dinamika pasar

terkini serta mengevaluasi pengaruh stabilitas finansial perusahaan dalam menghadapi kondisi ekonomi nasional yang fluktuatif.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif serta dalam pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi sekunder berupa laporan keuangan. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel Return on Assets (ROA) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menggunakan data numerik dan uji statistik (Sugiyono, 2017). Lokasi penelitian ini terletak pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Waktu penelitian yang dilakukan berlangsung selama 4 bulan, dimulai dari bulan Februari 2024 sampai dengan bulan Mei 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar secara konsisten di BEI selama periode 2020–2023. Berdasarkan kriteria inklusi yang ditentukan, diperoleh jumlah sampel sebanyak 25 perusahaan dengan total observasi 100 data panel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2017).

### **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu instrumen dalam hal ini adalah data sekunder dari laporan keuangan. Validitas diuji dengan cara membandingkan nilai indikator keuangan perusahaan yang digunakan dengan kriteria rasional dan standar akuntansi yang berlaku. Data dianggap valid jika telah melalui proses audit dan dipublikasikan secara resmi di situs BEI serta tidak mengandung nilai yang ekstrem atau tidak logis. Seluruh data laporan keuangan yang digunakan telah diperiksa dan memenuhi kriteria validitas (Sugiyono, 2017).

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran ulang (Sugiyono, 2017). Pada data sekunder, reliabilitas dilakukan dengan mengevaluasi kestabilan data antar tahun untuk masing-masing variabel, serta menggunakan uji statistik Cronbach's Alpha pada variabel yang bersifat numerik terstruktur. Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai alpha untuk seluruh variabel penelitian berada di atas 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL**

#### **1. Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian yang mencakup tiga variabel utama: Return on Assets (ROA), Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan (Price to Book Value atau PBV). Data diambil dari 25 perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2023, dengan total 100 observasi data panel. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai ROA minimum adalah 0,21%, dan maksimum sebesar 29,85%, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 10,47% dan standar deviasi sebesar 5,73. Ini mengindikasikan adanya variasi yang cukup tinggi dalam kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Ukuran

perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset. Hasil menunjukkan nilai minimum sebesar 27,50 dan maksimum 33,14, dengan rata-rata sebesar 30,24 dan standar deviasi sebesar 1,32. Sementara itu, nilai perusahaan yang diukur dengan rasio PBV menunjukkan nilai minimum sebesar 0,35 dan maksimum sebesar 10,18, dengan rata-rata sebesar 3,47 dan standar deviasi sebesar 2,12. Ini menandakan bahwa pasar memberikan penilaian yang cukup bervariasi terhadap perusahaan dalam sub-sektor ini.

**2. Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan validitas model.

**a. Uji Normalitas**

Distribusi residual diuji menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan histogram. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinearitas**

Diuji dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Nilai VIF untuk variabel ROA dan ukuran perusahaan berada di bawah 10 dan nilai Tolerance di atas 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel bebas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Menggunakan uji Glejser. Hasil menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05 yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model.

**d. Uji Autokorelasi**

Menggunakan uji Durbin-Watson. Nilai DW yang diperoleh adalah 1,81 yang berada dalam rentang 1,5 hingga 2,5, sehingga tidak terdapat autokorelasi.

**3. Hasil Regresi Linier Berganda**

Untuk menguji pengaruh variabel Return on Assets (ROA) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (PBV), digunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$PBV = \alpha + \beta_1 \cdot ROA + \beta_2 \cdot SIZE + \epsilon$$

Dari hasil regresi diperoleh output sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien ()	t-hitung	Sig. (p-value)
Konstanta	-1.213	-1.576	0.119
ROA	0.182	4.213	0.000**
Ukuran Perusahaan	0.310	2.698	0.008**

R<sup>2</sup> = 0.486

Adjusted R<sup>2</sup> = 0.473

F-hitung = 28.132 (p < 0.001)

Nilai R-squared (R<sup>2</sup>) yang diperoleh adalah 0,486 dan nilai Adjusted R-squared sebesar 0,473. Hal ini menunjukkan bahwa 48,6% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel ROA dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini. Uji F menghasilkan nilai F-hitung sebesar 28,132 dengan signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa model regresi secara simultan signifikan.

**4. Interpretasi Hasil**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya, semakin tinggi pula persepsi pasar terhadap nilai perusahaan tersebut. Ini sejalan dengan teori keuangan yang menyatakan bahwa efisiensi operasional dan kemampuan menghasilkan profit merupakan determinan utama dari valuasi pasar. Ukuran perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti perusahaan dengan total aset yang lebih besar cenderung memiliki PBV yang lebih tinggi. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan kapasitas produksi, efisiensi biaya, serta akses yang lebih baik ke pasar modal, yang semuanya berkontribusi terhadap penilaian positif oleh investor.

## **PEMBAHASAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Return on Assets (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menguatkan argumen teoritis bahwa efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba akan meningkatkan persepsi positif investor terhadap perusahaan, sebagaimana dinyatakan dalam teori sinyal (Brigham & Houston, 2010). ROA yang tinggi memberikan sinyal bahwa perusahaan dikelola dengan baik dan mampu menciptakan keuntungan dari aset yang dimiliki, sehingga meningkatkan valuasi pasar dalam bentuk rasio Price to Book Value (PBV). Hasil ini sejalan dengan temuan Febbilia et al. (2024) yang menunjukkan bahwa ROA secara signifikan berpengaruh positif terhadap PBV pada perusahaan makanan dan minuman di Indonesia.

Ukuran perusahaan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih kuat, stabilitas operasional yang lebih tinggi, serta kredibilitas yang lebih baik di mata investor dan kreditor. Hasil ini mendukung temuan dari Purba et al. (2024) yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian investor karena efisiensi ekonomi skala dan akses modal yang lebih mudah.

Dalam konteks industri makanan dan minuman, ukuran perusahaan erat kaitannya dengan kapasitas distribusi dan daya saing di pasar yang sangat kompetitif. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa meskipun ROA dan ukuran perusahaan menjelaskan hampir setengah dari variasi nilai perusahaan ( $R^2$  sebesar 48,6%), masih terdapat lebih dari 50% variasi yang dijelaskan oleh faktor lain, seperti struktur modal, strategi pemasaran, inovasi produk, maupun kondisi makroekonomi. Oleh karena itu, pengaruh signifikan dari ROA dan ukuran perusahaan dalam penelitian ini perlu dilihat sebagai bagian dari konteks yang lebih luas, di mana variabel keuangan lainnya juga memiliki peran penting dalam menentukan valuasi pasar perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan empiris sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan untuk lebih fokus dalam meningkatkan efisiensi aset dan memperbesar skala operasional guna meningkatkan nilai pasar perusahaan. Di sisi lain, bagi investor, hasil ini dapat dijadikan sebagai indikator tambahan dalam menilai prospek saham perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

## **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

### **kesimpulan**

*Return on Assets* (ROA) pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan. Hal ini berarti perusahaan yang efisien dalam memanfaatkan aset serta memiliki skala operasional yang besar cenderung memperoleh penilaian pasar yang lebih tinggi. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 47,3% mengindikasikan bahwa ROA dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan hampir separuh variasi nilai perusahaan dalam model ini. Penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa sektor makanan dan minuman memiliki karakteristik yang relatif stabil, dengan daya tahan yang kuat terhadap dinamika ekonomi, sehingga indikator keuangan seperti ROA dan ukuran perusahaan menjadi faktor penting dalam menilai nilai pasar perusahaan di sektor ini.

### **Implikasi**

Manajer keuangan perusahaan makanan dan minuman disarankan untuk terus meningkatkan efisiensi penggunaan aset agar dapat meningkatkan profitabilitas dan memberikan sinyal positif kepada investor. Selain itu, perusahaan perlu mempertahankan dan memperluas skala usahanya agar mampu bersaing secara efektif, baik dari sisi kapasitas produksi maupun daya saing pasar. Bagi investor, indikator ROA dan ukuran perusahaan dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan investasi di sektor ini. Penelitian ini terbatas pada dua variabel utama, yaitu ROA dan ukuran perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel lain seperti struktur modal, pertumbuhan penjualan, inovasi produk, atau kondisi makroekonomi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap determinan nilai perusahaan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2023). Laporan Perekonomian Indonesia Tahun 2023. Bappenas.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (Edisi ke-11). Salemba Empat.
- Febbilia, V., Sari, M. N., & Pratama, Y. (2024). Pengaruh Return on Assets terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 33–41.
- Hamidah, R., & Ramdani, M. (2023). Pengaruh Struktur Modal dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(2), 122–135.
- Hidayat, R., Jaya, A., Permata, F., & Putri, L. (2023). Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 88–101.
- Malikussaleh, A. (2023). Kontribusi Industri Makanan dan Minuman terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. *Jurnal Ekonomi Nasional*, 8(2), 45–53.
- Ompusunggu, M. H., & Wijaya, A. R. (2021). Pengaruh Keputusan Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Teori Sinyal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 65–73.
- Purba, T. H., Widodo, R., & Handayani, N. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 15(1), 112–124.
- Rankia. (2024). Apa itu Price to Book Value (PBV)? <https://www.rankia.id/pbv-penilaian>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Universitas PGRI Wiranegara Pasuruan. (2023). Pertumbuhan Emiten Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Laporan Kajian Ekonomi*, 7(1), 15–23.
- Wijaya, A., & Susilowati, N. (2023). Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 10(3), 203–212.