

JSAP: Journal Syariah and Accounting Public
ISSN: 2622-3538
Available Online at https://journal.umgo.ac.id/index.php/JSAP/index
Vol. 8, No. 1 Juli 2025
DOI: 10.31314/jsap.2025

Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan

Mahayastina[1] Indina Azzahra[2] Mutiara Alfia[3]

1. **Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia**
2. **Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia**
3. **Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia**

Email; *mahayastina100@gmail.com*, Indinaazzaahra@gmail.com, alfiatiara5@gmail.com

Info Artikel: Diterima: 13 Maret 2025, Disetujui: 23 Juni 2025, Publish 15 Juli 2025

Abstract:

The purpose of this study is to determine how the size and growth of a company in the manufacturing industry impacts its value. Using data from publicly traded companies during 2020–2023, the study investigated how various variables interacted with each other. The results of data analysis were collected using the multiple linear regression method. The results show that the size of the business, measured by its total assets, significantly increases its value, and business growth, measured through its increased revenue, also increases its value.

Keywords: : company size, company growth, company value

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana ukuran dan pertumbuhan suatu perusahaan di industri manufaktur mempengaruhi nilainya. Dengan menggunakan data dari perusahaan publik selama tahun 2020–2023, penelitian ini menyelidiki bagaimana berbagai variabel berinteraksi satu sama lain. Hasil analisis data dikumpulkan dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran Prusahaan, yang diukur dengan total asetnya, meningkatkan nilainya secara signifikan, dan pertumbuhan bisnis, yang diukur melalui peningkatan pendapatannya, juga meningkatkan nilainya.

Kata Kunci: ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Dengan pertumbuhan industri saat ini yang begitu pesat, ada persaingan yang semakin ketat di dunia industri. Hal ini ditunjukkan oleh banyaknya perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, di mana perusahaan bersaing untuk bertahan dan menunjukkan nilai terbaik dari bisnis mereka (Rahma & Oktaviani, 2024). Peristiwa ini menunjukkan seberapa besar pengaruh ukuran dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dalam industri manufaktur. Perusahaan besar biasanya dapat bertahan lama dan terus berkembang karena kekuatan keuangan dan ketersediaan sumber daya yang lebih besar. Namun, perusahaan kecil dan menengah dapat berkembang dengan cepat melalui efisiensi operasional dan inovasi, yang memungkinkan mereka bersaing dengan perusahaan yang lebih besar.

Dengan peningkatan nilai investasi nasional sebesar Rp56,60 triliun pada tahun 2018, industri makanan dan minuman menunjukkan peluang pasar yang sangat besar bagi perusahaan yang ingin masuk. Perusahaan Inti Agri Resource Tbk (IIKP) mengalami pertumbuhan yang cenderung meningkat dari tahun 2019 hingga 2021, dan ukuran perusahaan juga meningkat sebesar 31.22 pada tahun yang sama. Namun, pada tahun 2021, struktur modal, pertumbuhan, dan ukuran perusahaan dapat menurunkan nilai perusahaan sebesar 1.49 (Naibaho, 2024).

Pendapatan tahun lalu (IIKP) perusahaan mencapai Rp 2,15 triliun, dengan pertumbuhan tipis sebesar 0,03% di kuartal I 2021 menjadi Rp 2,28 triliun. Meskipun demikian, hal tersebut tidak dapat menghindari penurunan laba bisnis. Beban perusahaan (IIKP) meningkat dibandingkan kuartal I tahun sebelumnya. Perusahaan saat itu memiliki beban Rp 307, 4 miliar, tetapi sekarang tumbuh sebesar 27, 03% menjadi Rp 390, 5 miliar (Naibaho, 2024).

Perusahaan dalam industri makanan dan minuman dapat menunjukkan penurunan nilainya melalui perubahan laba mereka. Perubahan laba ini menunjukkan penurunan nilai perusahaan, yang harus segera diperbaiki agar kepercayaan investor dan calon investor tidak menurun, sehingga perusahaan tidak memiliki kesempatan untuk mendapatkan investor baru. Pertumbuhan dan ukuran perusahaan adalah dua faktor yang membentuk nilai perusahaan (Naibaho, 2024)

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan *(Agency Theory)*

Hubungan antara pemegang saham (prinsipal) dan manajer dikenal sebagai teori keagenan. Menurut Jansen dan Meckling (1976), teori keagenan didefinisikan sebagai kontrak kerja sama antara prinsipal dan agen, di mana agen bertindak untuk kepentingan prinsipal dan memiliki otoritas untuk membuat keputusan terbaik untuk prinsipal. Agen juga menerima kompensasi tertentu sebagai hasilnya. Teori agensi mengatakan bahwa konflik antara manajemen dan pemegang saham dapat dikurangi dengan mengubah seberapa penting manajemen berfokus dengan harapan bahwa keputusan yang dibuat oleh manajer akan menghasilkan keuntungan langsung bagi mereka sendiri. Pemegang saham menginginkan investasi dengan risiko rendah dan keuntungan yang tinggi, sementara manajemen menginginkan investasi dengan risiko tinggi (Rahma & Oktaviani, 2024).

Teori Sinyal *(Signal Theory)*

Seperti yang dinyatakan oleh Brigham dan Houston (2006:40), sinyal atau isyarat adalah tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberi tahu shareholder tentang prospek masa depan perusahaan. Sinyal yang diberikan kepada investor dapat berupa informasi akuntansi, seperti laporan keuangan tahunan dan laporan manajemen yang memenuhi keinginan pemilik, atau informasi lain yang menunjukkan bahwa perusahaan lebih baik dari perusahaan lain, seperti publikasi perusahaan. Menurut *signaling theory*, manajemen, terutama perusahaan yang sudah go public, memberikan data laporan keuangan kepada pihak eksternal. untuk memberi pihak eksternal kesempatan untuk mengetahui prospek perusahaan dan keadaan saat ini dan mendatang. Meningkatnya laba dan peningkatan harga saham perusahaan adalah dua cara perusahaan menunjukkan nilainya.

Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, yang biasanya dikaitkan dengan harga saham (Siregar & Dewi, 2022), di mana nilai perusahaan adalah kinerja unit bisnis yang diamati dan dinilai oleh investor berdasarkan nilai saham yang dibentuk (Faizra, 2022). Ketika nilai perusahaan meningkat, aset pemegang saham akan meningkat.

Ukuran Perusahaan (X1)

Ukuran Perusahaan adalah ukuran yang digunakan untuk mengukur seberapa besar atau kecil suatu perusahaan. Ini dapat ditunjukkan dengan total aset, penjualan, nilai pasar saham, dan cara lain. Ukuran aset perusahaan menunjukkan berapa banyak aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang berkembang pesat dapat memperoleh keuntungan seperti reputasi yang baik, yang menarik investor untuk berinvestasi.

Pertumbuhan Perusahaan (X2)

Pertumbuhan perusahaan adalah peningkatan total aktiva perusahaan; profitabilitas dan kemajuan di masa depan ditunjukkan oleh peningkatan aktiva di masa lalu. Perubahan dalam jumlah aktiva suatu perusahaan, baik naik atau turun, disebut pertumbuhan. Perusahaan besar atau perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang lebih baik dapat berdampak pada nilai perusahaan karena investor akan lebih tertarik dengan perusahaan besar daripada perusahaan kecil (Perusahaan et al., 2023). Pada penelitian ini, pertumbuhan perusahaan diukur dengan Return On Asset (ROA).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Anggraini & Agustiningsih (2022), pengukuran ukuran perusahaan dapat didasarkan pada jumlah asetnya. Perusahaan dengan jumlah aset yang tinggi menunjukkan bahwa mereka telah mencapai tahap kedewasaan dan dianggap memiliki prospek yang baik dan memperoleh keuntungan dalam jangka waktu yang relatif seimbang. Dengan kata lain, ukuran perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan itu sedang merasakan kemajuan yang signifikan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Studi yang dilakukan oleh (Anggraini & Agustiningsih, 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berdampak secara serempak Padanilaiperusahaan. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis berikut dapat diambil: H1: Ukuran Perusahaan mempengaruhi Nilai Perusahaan

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Rahma & Oktaviani (2024), salah satu hal penting yang diharapkan oleh perusahaan baik secara internal maupun eksternal adalah pertumbuhan yang lebih baik, karena ini menunjukkan perkembangan

perusahaan. Dari perspektif investor, pertumbuhan bisnis menunjukkan bahwa bisnis memiliki fitur yang menguntungkan, dan investor akan mengantisipasi tingkat pengembalian investasi yang dibuat, yang menunjukkan pertumbuhan yang baik. Hasil penelitian (Faizra, 2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan berdampak positif dan signifikan terhadap nilai bisnis. Berdasarkan informasi di atas, hipotesis berikut dapat diambil: H2: Pertumbuhan perusahaan berdampak pada nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang diukur dalam skala rasio disebut data kuantitatif. Perhitungan analisis data dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Sebaliknya, program yang digunakan adalah Statistical Package for Social Sciences, atau SPSS. Penelitian ini menggunakan populasi dari perusahaan manufaktur di subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Studi ini memanfaatkan tahun 2020–2023. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel purposive digunakan. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS, yang mencakup analisis statistik deskriptif dan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, multikoliniearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji kelayakan model (f), pengujian hipotesis (t), dan metode analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Sumber Referensi
	Variabel Dependen	
Nilai Perusahaan	$EPS = \frac{Laba\ Bersih}{Jumlah\ Saham\ Beredar}$	(Info, 2024)
	Varabel Independen	
Ukuran Perusahaan	$Ukuran\ Prusahaan = LN\ (Total\ Asset)$	(Rahma & Oktaviani, 2024)
Pertumbuhan Perusahaan	$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Asset}$	(Ainun Khofidotul Fikriyah & M. Mustaqim, 2024)

Tabel 2. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Jumlah perusahaan manufaktur sub sektor makanan & minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	40
2.	Perusahaan mempublikasi annual report pada tahun 2020 sampai tahun 2023.	13
3.	Perusahaan memenuhi variabel	13
	Sampel yang memenuhi kriteria	13
	Jumlah sampel x periode penelitian	13 x 4
	Total sampel penelitian	52

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan. Menurut Ghozali (2018), tujuan analisis ini adalah untuk memberikan gambaran atau penjelasan tentang data yang diamati dari nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan deviasistandar. Data statistik untuk deskripsi terdiri dari 52 sampel, yang berasal dari tahun 2020–2023 karena penelitian menggunakan data tahunan. Ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan di bandingkan dengan nilai perusahaan manufaktur. Tabel 4.1 menunjukkan statistik deskriptif variabel.

Tabel 4.1Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UkuranPerusahaan	52	27,59	34,19	30,0082	1,70341
Pertumbuhan_Perusahaan	52	,02	117,67	4,0993	19,11585
Nilai_Perusahaan	52	,04	21362,43	1457,8452	4595,00686
Valid N(listwise)	52				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diperoleh gambaran nilai *minimum, maximum, mean* dan *std.deviation* dari masing-masing variabel penelitian yaitu, sebagai berikut :

1. Nilai perusahaan

memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 52 dan diperoleh hasil minimum sebesar 27,59, nilai maximum sebesar 34,19, nilai rata-rata sebesar 30,0082, dan nilai deviasi standar sebesar 1,70341. Ini menunjukkan bahwa sebaran nilai perusahaan baik, dengan penyimpangan data yang rendah. Di tahun 2020, PT. Duta Indidaya.Tbk memiliki nilai perusahaan tertinggi, dan PT. Sariguna Primartita.Tbk memiliki nilai perusaan terendah.

2. Pertumbuhan Perusahaan

Jumlah sampel (N) untuk pertumbuhan perusahaan adalah 52, dengan hasil minimum 0,02, nilai maximum 117.67, nilai rata-rata 4,0993, dan nilai deviasi standar 19,11585. Karena ada penyimpangan data yang tinggi, sebaran nilai pertumbuhan perusahaan tidak merata. Tahun 2021 memiliki nilai tukar tertinggi dan 2023 memiliki nilai tukar terendah.

3. Nilai Perusahaan

Jumlah sampel (N) untuk nilai perusahaan adalah 52, dengan hasil minimum 0,04 dan nilai maximum 21362,43. Nilai rata-rata perusahaan adalah 1457,8452, nilai deviasi standar adalah 4595,00686, dan nilai mean lebih kecil dari deviasi standar, yaitu 1457,8452 kurang dari 4595,00686. Ini menunjukkan bahwa sebaran nilai perusahaan tidak merata. PT. Eagle High Plantation memiliki nilai perusahaan terendah pada tahun 2020 dan PT. Duta Indidaya.Tbk memiliki nilai perusahaan tertinggi pada tahun 2021.

4.2. Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum pengujan regresi linear berganda, penguji asumsi klasik digunakan. Tujuan pengujia nasumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan konsisten, tidak bias, dan sesuai dengan estimasi.

4.2.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Hasil uji normalitas yang dilakukan untuk menguj ikeseluruhan data variabe lpenelitian menggunakan teknik Kolmogorof-Smirnov (Uji K-S) diberikan di bawah ini:

Tabel 4.2 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
			Ukuran Perusahaan	Pertumbuhan Perusahaan
N			52	52
NormalParameters[a,b]	Mean		30,0082	4,0993
	Std.Deviation		1,70341	19,11585
MostExtremeDifferences	Absolute		,144	,506
	Positive		,144	,506
	Negative		-,088	-,416
TestStatistic			,144	,506
Asymp.Sig.(2-tailed)			,009[c]	,000[c]

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas Nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0,00, yang berarti lebih kecil dari 0,05 (0,200 lebih besar dari 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang didistribusikan tidak normal, sesuai dengan dasar penganbilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorof-Smirnov. Oleh karena itu, asumsi normalitas model regredi tidak terpenuhi.

4.3. Hasil Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi antara variabel bebas (independen) dan model regresi. Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std.Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-27113,270	4298,628		-6,307	,000
	Ukuran Perusahaan	982,235	143,049	,693	6,866	,000
	Pertumbuhan Perusahaan	-19,776	12,747	-,157	-1,551	,127

Sumber: Hasil Olah DataS PSS

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai Variabel-Variabel Inflasi, Variabel Ukuran Perusahaan, atau Variabel Pertumbuhan Perusahaan, kurang dari 10 atau kurang dari 0,10. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa gejala multikolinearitas tidakterjadi dalam model regresiini. Dengan kata lain, tidak mungkin untuk melakukan kolerasi antar variabel independen dalam model regresi.

4.4. Hasil Uji Heteros kedastisitas

Uji heteros kedatisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidak samaan varian dalam model regresi antara residual dari satu pengamatan kepengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, nilai prediksi variabel dependen dan residualnya diuji dengan metode glejser. Untuk mengidentifikasi gejala heteros kedastisitas, lihat grafik glejser berikut:

Tabel 4.4 Uji Heteros kedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-27113,270	4298,628		-6,307	,000
	Ukuran Perusahaan	982,235	143,049	,693	6,866	,000
	Pertumbuhan Perusahaan	-19,776	12,747	-,157	-1,551	,127

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil uji heteros kedastisitas sebelumnya, lihat tabel 4.4.

- Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikan 0,00 lebih rendah dari alpha 0,05 (0.00 < 0,05), yang berarti bahwa variabel Ukuran tidak menunjukkan gejalah heteros kedastisitas.
- Variabel Pertumbuhan Perusahaan memiliki nilai signifikan 0,127 lebih tinggi dari alpha 0,05 (0,127 > 0,05), yang berarti bahwa variabel Pertumbuhan tidak menunjukkan gejala heteros kedastisitas.

4.5. Hasil Uji Autokolerasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah model regresi linier yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau apakah ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada perode t dengan autokorelasi periode t-1. Hasil pengujian multi kolinearitas ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,688[a]	,473	,451	3403,17317	,665

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Uji kolerasi menghasilkan nilai Durbin Watson sebesar 0,665, menurut Tabel 4.5. Tabel dengan n = 52 dan k=2 menghasilkan nilai D-W dl = 1,4741 dan du = 1,6334. Ada autokolerasi antar residual, karena nilai DW hitung lebih besar dari du.

4.6. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda berikut ini menunjukkan bagaimana variabel ukuran dan pertumbuhan perusahaan memengaruhi nilai perusahaan manufaktur; tujuan model linear regresi adalah untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang masalah ini.

Tabel 4.6 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-27113,270	4298,628		-6,307	,000
	Ukuran Perusahaan	982,235	143,049	,693	6,866	,000
	Pertumbuhan Perusahaan	-19,776	12,747	-,157	-1,551	,127

ıer: Hasil Olah Data SPSS

Adapun persamaan regresi linear berganda

yang dihasilkan dari analisis model ini dilihat dari tabel4.5 diatas yaitu :

Model: Y=α + b1X1+ b2X2+ e

Nilai Perusahaan = -27113,270 + 982,235 X_1– 19,776 X_2 + e

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebaga iberikut:

1. Nilai konstanta sebesar -27113,270, yang berarti pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur akan tetap sebesar -27113,270 apabila variabel ukuran perusahaan tidak meningkat atau menurun.

2. Koefisien regresi variabel inflasi sebesar 982,235 menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat 1 maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 982,235. Karena koefisien variabel perusahaan bernilai positif, maka terjadi hubungan positif antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan manufaktur.

3. Ada hubungan negatif antara pertumbuhan perusahaan dan nilai perusaan manufaktur, karena nilai koefisien regresi variabel pertumbuhan perusahaan sebesar -19,776, yang berarti bahwa jika pertumbuhan perusahaan meningkat sebesar 1, maka nilai perusahaan manufaktur akan turun sebesar -19,776.

4.7 Hasil Pengujian Hipotesis

4.7.1. Hasil Uji T

Uji t (Uji Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh tidaknya terhadap variabel dependen (Ghozali,2018). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Ujit (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-27113,270	4298,628		-6,307	,000
	Ukuran Prusahaan	982,235	143,049	,693	6,866	,000
	Pertumbuhan Prusahaan	-19,776	12,747	-,157	-1,551	,127

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil uji t dari tabel koefisien sebelumnya ditunjukkan dalam tabel 4.7 sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikan 0,00 yang lebih kecil dari alpha 0,05 (0.00 < 0,05), dan nilai hitung t 6,866 lebih besar dari t tabel 2,004, yang menunjukkan bahwa H1 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial mempengaruhi nilai manufaktur perusahaan.

2. signifikan pertumbuhan perusahaan sebesar 0,127 lebih besardari alpha 0,05 (0,127 lebih besar dari 0.05), dan nilai t hitung sebesar -1,551 lebih kecil dari t tabel 2,004, yang menunjukkan bahwa H2 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel pertumbuhan bisnis tidak mempengaruhi nilai manufaktur perusahaan secara parsial.

4.8. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F ditampilkan dalam tabel berikut:

Uji F digunakan untuk menentukan hubunga antara variabel ukuran perusahaan dan nilai perusahaan manufaktur secara bersamaan

. Tabel 4.8 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA[a]						
Model		Sumof Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	509320697,037	2	254660348,518	21,988	,000[b]
	Residual	567497794,574	49	11581587,644		
	Total	1076818491,611	51			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

.

Nilai F sig sebesar 0,000 ditunjukkan di Tabel 4.8; jika dibandingkan dengan nilai alpha sebesar 0,05, nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H3 diterima, yang menunjukkan bahwa ukuran dan pertumbuhan perusahaan memengaruhi nilai manufaktur perusahaan secara bersamaan.

4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase diukur dengan koefisien determinasi (R2). Tabel berikut menunjukkan nilai koefisien determinasi dengan menggunakan nilai R Square:

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	*R*	*R Square*	*Adjusted RSquare*	*Std.Error of the Estimate*
1	,688[a]	,473	,451	3403,17317

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian regresi koefisien determinasi, tabel 4.9 menunjukkan bahwa Adjusted R yang diperoleh dari penelitian ini sebesar 0,451 atau 45,1%, menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan memberikan kontribusi 45,1% terhadap nilai perusahaan manufaktur. Variabel bebas lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 54,9%.

4.10. Pembahasan

Hasil penelitian, yang mencakup variabel ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan, dijelaskan di bawah ini.

4.11.Ukuran Perusahaan

Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Hasil di atas menunjukkan bahwa pada tahun 2020–2023, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur. Hasilnya ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000, yang berarti bahwa signifikansi t lebih kecil dari alpha (0,000 < 0,05), dan nilai t hitung 6,866 lebih besar dari t tabel 2,004. H1, yang menunjukkan ukuran perusahaan dibandingkan dengan nilai perusahaan manufaktur, diterima.

4.12. Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Hasil diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis tidak berdampak pada nilai manufaktur pada tahun 2020–2023. Hasil tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,127, yang menunjukkan bahwa signifikansi t lebih besar dari alpha (0,127 lebih besar dari 0,05), dan nilai t hitung -1,1551 lebih kecil dari t tabel 2,004. H1 yang menyatakan bahwa pertumbuhan mempengaruhi nilai perusahaan manufaktur ditolak.

4.13. Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Hasil di atas menunjukkan bahwa ukuran dan pertumbuhan perusahaan mempengaruhi nilai manufaktur secara bersamaan. Hasilnya ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa signifikansi flebih kecil dari alpha jika dibandingkan dengan nilai 0,05 alpha. Oleh karena itu, H5 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan pertumbuhannya dibandingkan dengan nilai manufaktur perusahaan diterima.

KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi hubungan antara nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas perusahaan dengan ukuran perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan dalam subsektor makanan dan minuman yang terdaftar dan terdaftar di BEI dari tahun 2020 hingga 2023. Kesimpulannya adalah sebagai berikut: 1) Hasil menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan manufaktur pada tahun 2020 hingga 2023, dan 2) hasil menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan manufaktur. Peneliti lain dapat mempertimbangkan beberapa keterbatasan penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Pertama, tahun pengamatan penelitian sangat singkat, dari 2020 hingga 2023, sehingga tidak menunjukkan kondisi yang sebenarnya. Kedua, penelitian ini hanya melihat dua variabel independen: ukuran perusahaan dan pertumbuhannya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya menyarankan bahwa tahun pengamatan harus diperpanjang untuk memberikan hasil yang lebih luas.

REFERENSI

Ainun Khofidotul Fikriyah, & M. Mustaqim. (2024). Pengaruh Roa, Roe, Nim Dan Npm Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, *12*(1), 1–11. https://doi.org/10.33603/ejpe.v12i1.35

Anggraini, C., & Agustiningsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *6*(1), 494–512.

Faizra, Y. L. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, *22*(2), 176–188. https://doi.org/10.30596/11507

Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *7*(1), 1–12. https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218

Info, A. (2024). *Economics Science and Administration*. *1*(2).

Mala, M., & Yudiantoro, D. (2023). *Mufidatul Mala*. *4*(2), 231–239.

Naibaho. (2024). *Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021 Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan 2024 Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021*.

Perusahaan, P., Nilai, T., Di, T., & Periode, B. E. I. (2023). *1 , 2 , 3*. *8*(1), 71–80.

Pranata, R., & Awaludin, T. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk Periode 2013-2022 ARTICLE INFO ABSTRACT. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *1*(1), 27–34. https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index

Rahma, F., & Oktaviani, R. F. (2024). dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *Journal of Management and Social Sciences*, *3*(3), 44–59.

Siregar, I. G., & Dewi, S. E. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, *4*(2), 42.