



Pengaruh *Capital Expenditure*, *Growth Opportunity*, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Diah Absari*, Elfitri Santi, Wiwik Andriani

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang

Alamat: Kampus Limau Manis, Kota Padang, Sumatera Barat

Korespondensi: absaridiah21@gmail.com

Abstract. *This study investigates the influence of capital expenditure, growth opportunity, leverage, and profitability on firm value among food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) over the period 2021–2024. A quantitative research design was employed, and samples were determined using a purposive sampling method. The study relies on secondary data obtained from the financial statements of food and beverage subsector firms listed on the IDX within the observation period. The final dataset comprises 40 companies, yielding a total of 160 firm-year observations. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 26. The empirical results demonstrate that, individually, capital expenditure, leverage, and profitability exert a significant influence on firm value, whereas growth opportunity shows no significant effect. However, when tested simultaneously, all four variables collectively have a significant impact on firm value.*

Keywords: *Capital Expenditure; Firm Value; Growth Opportunity; Leverage, Profitability*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *capital expenditure*, *growth opportunity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021-2024. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu dari laporan keuangan perusahaan subsektor *food & beverages* yang terdaftar di BEI periode 2021-2024. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 perusahaan dengan 160 data. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan *software* IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *capital expenditure*, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan *capital expenditure*, *growth opportunity*, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Capital Expenditure, Growth Opportunity, Leverage, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan*

LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi, subsektor *food and beverages* memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Pertumbuhan jumlah penduduk mendorong peningkatan permintaan terhadap produk makanan dan minuman, yang berdampak pada ekspansi industri secara signifikan. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), terdapat 97 perusahaan subsektor ini yang terdaftar pada periode 2021–2024, mencerminkan persaingan bisnis yang semakin ketat dan mendorong perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya demi menarik investor (Yerikho, 2023).

Nilai perusahaan mencerminkan kesejahteraan pemegang saham karena mencakup potensi dividen dan capital gain (Putri *et al.*, 2024). Kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya tercermin melalui harga saham, yang menjadi indikator utama persepsi investor terhadap prospek perusahaan (Sianipar *et al.*, 2022). Namun, perusahaan subsektor ini menghadapi tantangan besar akibat fluktuasi ekonomi global, seperti inflasi, pelemahan nilai tukar, serta kenaikan harga bahan baku utama yang menekan profitabilitas. Kondisi tersebut dapat menurunkan kepercayaan investor dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pergeseran tren konsumsi menuju produk yang lebih sehat dan berkelanjutan mendorong perusahaan melakukan investasi besar, yang seringkali meningkatkan leverage dan risiko keuangan.

Kementerian Perindustrian (2025) mencatat bahwa subsektor ini masih memiliki prospek cerah dengan nilai investasi mencapai Rp22,63 triliun pada kuartal I tahun 2025. Contohnya, PT Mayora Indah Tbk (MYOR) pada tahun 2023 berhasil meningkatkan penjualan dan laba bersih melalui inovasi produk dan ekspansi pasar (Nurjani, 2023). Sebaliknya, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST) sempat mengalami penurunan laba akibat meningkatnya biaya produksi dan liabilitas (Aprilia, 2024; Kosasih, 2021). Kasus-kasus ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan memiliki hubungan erat dengan nilai perusahaan karena memengaruhi persepsi investor di pasar modal. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan antara lain *capital expenditure*, *growth opportunity*, *leverage*, dan *profitabilitas*.

Capital expenditure menggambarkan investasi perusahaan dalam aset tetap yang berfungsi meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi (Rahmi & Danantho, 2022; Mispiyanti, 2020). *Growth opportunity* mencerminkan potensi pertumbuhan melalui ekspansi dan inovasi (Irmawati & Murtianingsih, 2024), meskipun hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang beragam (Hertina, 2024; Aziz & Widati, 2023). *Leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan utang untuk membiayai aktivitas operasional (Putra & Gantino, 2021; Puspitasari & Sunarto, 2024). Profitabilitas menjadi indikator utama keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang secara langsung memengaruhi kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Yuliani & Abdul Hadi, 2020; Putri *et al.*, 2024).

Penelitian ini menyoroti adanya inkonsistensi hasil studi sebelumnya, sehingga perlu dilakukan pengujian ulang dengan kombinasi variabel yang berbeda dan periode yang lebih mutakhir (2021–2024). Pemilihan subsektor *food and beverages* didasarkan pada perannya yang vital dan permintaan pasar yang stabil. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *capital expenditure*, *growth opportunity*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor food and beverages yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.

KAJIAN TEORITIS

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak yang memiliki informasi (manajemen) dapat memberikan sinyal kepada pihak lain (investor) untuk mengurangi asimetri informasi. Sinyal tersebut berupa informasi atau tindakan yang menunjukkan kondisi dan prospek perusahaan. Dalam konteks ini, laporan keuangan menjadi media penting bagi perusahaan untuk menyampaikan sinyal mengenai kinerjanya. Informasi positif akan diartikan sebagai *good news* dan meningkatkan minat investor, sementara sinyal negatif (*bad news*) dapat menurunkan kepercayaan pasar. Semakin baik sinyal yang diterima investor, semakin besar kemungkinan meningkatnya permintaan saham yang pada akhirnya mendorong kenaikan harga saham dan nilai perusahaan. Sinyal positif yang konsisten dari manajemen dapat meningkatkan kepercayaan publik dan menarik investasi baru. Hal ini sejalan dengan pendapat Muharramah dan Hakim (2021) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung mengirimkan sinyal positif untuk menunjukkan prospek yang baik di masa depan. Dengan demikian, teori sinyal berperan penting dalam menjelaskan hubungan antara informasi keuangan dan persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Selain itu, teori ini juga menegaskan pentingnya keputusan strategis manajemen dalam mengurangi asimetri informasi (Mispiyanti, 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan *signalling theory* karena teori ini menyoroti bagaimana informasi yang disampaikan perusahaan memengaruhi kepercayaan investor serta berdampak pada nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menggambarkan nilai sekarang dari seluruh pendapatan yang diharapkan di masa depan, yang mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengambil keputusan

keuangan serta dampaknya terhadap harga saham. Nilai ini menjadi indikator utama bagi investor dalam menilai sejauh mana perusahaan mampu memberikan keuntungan dan menjaga kepercayaan pasar. Perusahaan dengan nilai tinggi menunjukkan kinerja yang baik serta potensi keuntungan yang besar bagi para pemegang saham. Menurut Khasana (2019), tingkat kemakmuran pemegang saham menjadi ukuran penting dari nilai perusahaan, di mana semakin tinggi harga saham maka semakin besar pula nilai dan kesejahteraan pemegang saham. Hal ini sejalan dengan pandangan Lanskyaris et al. (2024) yang menjelaskan bahwa nilai perusahaan mencerminkan hasil dari keputusan investasi, pendanaan, dan pengelolaan aset oleh manajemen. Sementara itu, Susanto & Suryani (2024) menegaskan bahwa nilai perusahaan menggambarkan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan dijual. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki nilai tinggi akan lebih menarik bagi investor.

Capital Expenditure

Capital expenditure merupakan pengeluaran modal yang dialokasikan perusahaan untuk memperoleh, memperbaiki, atau meningkatkan aset tetap yang memberikan manfaat jangka panjang. Menurut Lanskyaris et al. (2024), pengeluaran ini merupakan bentuk investasi yang diharapkan dapat menghasilkan arus kas masuk di masa depan, sehingga perencanaan dan penganggaran yang tepat sangat penting untuk menghindari risiko kerugian. Besarnya laba serta tingkat pengembalian atas investasi menjadi faktor yang dapat memengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan capital expenditure. Luckyanti & Anwar (2022) menjelaskan bahwa pengeluaran modal digunakan untuk mendukung kebutuhan investasi jangka panjang dan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan, seperti pembelian mesin, modernisasi fasilitas, pengembangan teknologi, atau renovasi aset tetap. Investasi yang tepat dalam capital expenditure dapat memperkuat daya saing, meningkatkan produktivitas, dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan.

H1: Capital expenditure berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Growth Opportunity

Growth opportunity merupakan peluang yang dimiliki perusahaan untuk tumbuh dan mengembangkan usahanya di masa depan (Bintara, 2018). Perusahaan dengan tingkat *growth opportunity* yang tinggi menunjukkan adanya prospek positif dalam memperoleh laba di periode mendatang, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

Menurut Asmanto & Andayani (2020), peluang pertumbuhan yang baik menuntut pengelolaan perusahaan yang efektif karena akan berdampak pada peningkatan kinerja secara keseluruhan. Investor umumnya lebih tertarik pada perusahaan dengan potensi pertumbuhan tinggi, karena dianggap mampu memberikan pengembalian yang lebih besar di masa depan. Sejalan dengan pandangan Asmeri et al. (2022) dan Dharmaputra et al. (2022), perusahaan dengan prospek pertumbuhan yang menjanjikan akan menarik minat investor, mendorong kenaikan permintaan saham, serta meningkatkan nilai pasar dan nilai perusahaan.

H2: Growth opportunity berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage

Leverage merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang untuk membiayai asetnya (Wiagustini, 2010). Menurut Nathanael & Panggabean (2020), leverage menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bunga dan utang di masa depan. Penggunaan leverage yang tinggi menandakan risiko investasi yang lebih besar, namun jika dikelola dengan baik, utang dapat dimanfaatkan untuk membiayai investasi produktif yang meningkatkan nilai perusahaan. R. Harahap (2022) menjelaskan bahwa leverage mencerminkan perbandingan antara utang dan modal sendiri, sehingga dapat diketahui sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh pihak eksternal. Tingkat leverage yang tinggi menunjukkan ketergantungan besar pada pembiayaan eksternal dan meningkatkan risiko keuangan, sedangkan leverage yang rendah menunjukkan struktur keuangan yang lebih stabil karena perusahaan tidak terlalu bergantung pada utang.

H3: Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator utama yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya untuk memperoleh pendapatan melebihi biaya operasional (Khasana, 2019). Rasio ini penting bagi investor dan pemangku kepentingan karena menunjukkan kesehatan keuangan serta potensi imbal hasil di masa depan (A. K. Harahap & Irawan, 2018). Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula keuntungan yang dapat diberikan kepada pemegang saham, sehingga menunjukkan kinerja keuangan yang baik (Hermuningsih et al., 2019). Profitabilitas juga berperan dalam menjamin keberlangsungan usaha, karena laba yang stabil menunjukkan kemampuan perusahaan bertahan dan tumbuh dalam jangka panjang (Hermuningsih, 2020; Suardana et al., 2020). Menurut Angelia (2020), profitabilitas mencerminkan sejauh mana

manajemen mampu mengoptimalkan penggunaan aset dan modal untuk menghasilkan laba. Semakin besar laba yang diperoleh, semakin tinggi pula kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan pengembalian investasi.

H4: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel independen, yaitu *capital expenditure*, *growth opportunity*, *leverage*, dan profitabilitas, terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Data penelitian diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sub sektor *food & beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024, yang diunduh melalui situs resmi BEI. Populasi dalam penelitian ini mencakup 97 perusahaan pada subsektor tersebut yang terdaftar di BEI selama periode penelitian. Teknik analisis data yang akan digunakan adalah model analisis regresi berganda dengan bantuan software IBM SPSS *Statistics* 26. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CAPEX	160	-.117	.459	.01912	.054318
GO	160	-.162	4.156	.10598	.359786
DER	160	.064	6.354	.82660	.818877
ROA	160	.001	.343	.09297	.063842
LG10_PBV	160	-.61	1.24	.1933	.38698
Valid N (listwise)	160				

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji One-Sample *Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.28915281
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.045
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084 ^c

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,084. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CAPEX	.952	1.050
	GO	.954	1.049
	DER	.960	1.041
	ROA	.964	1.038

a. Dependent Variable: LG10_PBV

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan *VIF* ≤ 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas

Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.220	.028		7.971	.000
	CAPEX	.065	.238	.022	.272	.786
	GO	-.034	.036	-.076	-.933	.352
	DER	.019	.016	.099	1.224	.223
	ROA	.079	.202	.032	.390	.697

a. Dependent Variable: ABS RES

Nilai signifikansi (Sig.) dari seluruh variabel independen yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi dinyatakan layak digunakan karena telah memenuhi asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam data.

Uji Autokorelasi

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.665 ^a	.442	.427	.29286	.815

a. Predictors: (Constant), ROA, GO, DER, CAPEX

b. Dependent Variable: LG10 PBV

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini karena nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 0,815 yang artinya nilai DW di antara -2 sampai +2.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.275	.051		-5.428	.000
	CAPEX	.993	.438	.139	2.267	.025
	GO	.091	.066	.085	1.381	.169
	DER	.114	.029	.241	3.942	.000
	ROA	3.718	.371	.613	10.033	.000

a. Dependent Variable: LG10 PBV

Berdasarkan angka yang telah diperoleh tersebut, maka dapat dimasukkan pada rumus persamaan regresi linier berganda.

$$Y = -0,275 + 0,993X_1 + 0,091X_2 + 0,114X_3 + 3,718X_4 + e$$

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 ^a	.442	.427	.29286

a. Predictors: (Constant), ROA, GO, DER, CAPEX

b. Dependent Variable: LG10_PBV

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 42,7%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen, yaitu *capital expenditure*, *growth opportunity*, *leverage*, dan profitabilitas, mampu menjelaskan variabel dependen, yaitu nilai perusahaan, sebesar 42,7%. Adapun sisanya, yaitu sebesar 57,3%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini.

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 10 Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.516	4	2.629	30.654	.000 ^b
	Residual	13.294	155	.086		
	Total	23.810	159			

a. Dependent Variable: LG10_PBV

b. Predictors: (Constant), ROA, GO, DER, CAPEX

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 4.11 di atas, diketahui bahwa nilai f tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dan derajat bebas (df) = $n - k - 1 = 160 - 4 - 1 = 155$, diperoleh sebesar 2,43. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} 30,654 > f_{tabel} 2,43$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *capital expenditure*, *growth opportunity*, *leverage*, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Uji Parsial (Uji Statistik T)

Tabel 9 Hasil Uji Statistik t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.275	.051		.000
	CAPEX	.993	.438	.139	.025
	GO	.091	.066	.085	.169
	DER	.114	.029	.241	.000
	ROA	3.718	.371	.613	.000

a. Dependent Variable: LG10 PBV

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 di atas, nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dan derajat bebas (df) = $n - k - 1 = 160 - 4 - 1 = 155$, diperoleh sebesar 1,97539. Berikut ini penjelasan tentang hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t:

Pengaruh *Capital Expenditure* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *capital expenditure* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($t_{\text{hitung}} 2,267 > t_{\text{tabel}} 1,975$; sig. $0,025 < 0,05$). Artinya, peningkatan investasi jangka panjang pada aset tetap mampu meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan subsektor *food & beverages*. Temuan ini mendukung *signalling theory*, di mana peningkatan pengeluaran modal menjadi sinyal optimisme manajemen terhadap prospek bisnis masa depan. Ekspansi melalui investasi aset tetap menandakan keyakinan terhadap pertumbuhan perusahaan, sehingga menarik perhatian investor. Dengan demikian, *capital expenditure* tidak hanya berdampak pada kegiatan operasional, tetapi juga berfungsi sebagai sinyal positif yang meningkatkan *Price to Book Value (PBV)*. Implikasinya, perusahaan perlu mengelola kebijakan investasi modal secara optimal karena keputusan ini tidak hanya memengaruhi kinerja jangka panjang, tetapi juga persepsi pasar. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rahmi & Danantho (2022) serta Mispiyanti (2020) yang menemukan bahwa *capital expenditure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, temuan ini berbeda dengan Yuliani & Abdul Hadi (2020) yang menyatakan tidak adanya pengaruh signifikan.

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($t \text{ hitung } 1,381 < t \text{ tabel } 1,975$; $\text{sig. } 0,169 > 0,05$). Artinya, peluang pertumbuhan yang tercermin dari peningkatan aset tidak menjadi faktor utama dalam peningkatan nilai perusahaan subsektor *food & beverages*. Temuan ini tidak sejalan dengan *signalling theory* karena pertumbuhan aset belum tentu mencerminkan prospek keuangan yang sehat. Dalam industri makanan dan minuman yang bersifat stabil, nilai perusahaan lebih ditentukan oleh efisiensi operasional, loyalitas konsumen, serta manajemen biaya dibandingkan ekspansi aset semata. Oleh karena itu, peningkatan aset tidak selalu dipersepsikan sebagai sinyal positif oleh investor. Implikasinya, investor di sektor ini lebih menilai kinerja nyata seperti profitabilitas dan stabilitas keuangan ketimbang pertumbuhan aset. Hasil ini konsisten dengan penelitian Hertina (2024), Puspitasari & Sunarto (2024), serta Aziz & Widati (2023) yang juga menemukan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan temuan Irmawati & Murtianingsih (2024) yang menemukan pengaruh positif.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($t \text{ hitung } 3,942 > t \text{ tabel } 1,975$; $\text{sig. } 0,000 < 0,05$). Artinya, penggunaan utang yang proporsional dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai pasar perusahaan subsektor *food & beverages*. Temuan ini mendukung *signalling theory*, di mana tingkat utang mencerminkan keyakinan manajemen dalam memanfaatkan pendanaan eksternal secara efektif untuk pertumbuhan. Leverage yang dikelola dengan baik memberikan sinyal positif terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban dan memperluas kegiatan usaha. Implikasinya, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara modal sendiri dan utang agar struktur keuangannya efisien dan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Yuliani & Abdul Hadi (2020), Putra & Gantino (2021), Susesti & Wahyuningtyas (2022), serta Aziz & Widati (2023) yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, bertolak belakang dengan Putri et al. (2024) dan Rahmi & Danantho (2022) yang menemukan tidak adanya pengaruh signifikan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($t_{hitung} 10,033 > t_{tabel} 1,975$; sig. $0,000 < 0,05$). Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, semakin besar pula nilai perusahaannya. Temuan ini mendukung *signalling theory* yang menjelaskan bahwa laba tinggi menjadi sinyal positif bagi investor mengenai efisiensi dan keberlanjutan usaha. Profitabilitas yang baik meningkatkan kepercayaan investor karena mencerminkan kinerja keuangan yang sehat dan potensi pengembalian investasi yang menarik. Implikasinya, perusahaan perlu meningkatkan efisiensi penggunaan aset agar profitabilitas tetap terjaga dan nilai pasar meningkat. Hasil ini konsisten dengan penelitian Yuliani & Abdul Hadi (2020), Hertina (2024), Putri et al. (2024), dan Aziz & Widati (2023) yang menunjukkan pengaruh signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan Putra & Gantino (2021) yang menemukan tidak adanya pengaruh.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *capital expenditure*, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan *capital expenditure*, *growth opportunity*, *leverage*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Angelia, M. (2020). Pengaruh Profitability dan Leverage Terhadap Cash Holding dengan Tax Planning Sebagai Variabel Intervening. 7(2), 101–120. <https://doi.org/10.25105/jmat.v7i1.6311>
- Asmanto, M. R., & Andayani. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Growth Opportunity dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(3), 1–25.
- Asmeri, R., Putri, Y. A., & Hasbi, M. H. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2019. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 28–43. <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>
- Astuti, Sembiring Dermawan, L., Supitriyani, Azwar, K., & Susanti, E. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. CV. Media Sains Indonesia.
- Bintara, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi.

- Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 11(2), 306–328. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/profita>
- Dharmaputra, G., Rustiarini, W., & Dewi, P. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 2(1), 2141–2149.
- Hermuningsih, S., Kirana, K. C., & Erawati, T. (2019). Does Growth Opportunities Moderate The Relationship Between Profitability and Liquidity Toward Firm Value? *Journal of Business and Finance in Emerging Markets*, 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.32770/jbfem.vol21-8>
- Hertina, D. (2024). The Influence of Liquidity, Profitability, Company Growth and Capital Structure on Company Value. *JASA (Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 8(1), 148–158. <https://doi.org/10.36555/jasa.v8i1.2451>
- Irmawati, S., & Murtianingsih. (2024). Analisis Determinan Faktor Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 1553–1573. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4204>
- Khasana, F. A. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property and Real Estate di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(1), 1–19. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/780>
- Lanskyaris, B., Irman, M., & Wati, Y. (2024). Pengaruh Capital Expenditure, Good Corporate Governance, Struktur Modal, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(3), 312–326. <https://doi.org/10.35145/bilancia.v8i3.4531>
- Luckyanti, B. L., & Anwar, S. (2022). Dampak NWC, GO, CAPEX dan CCC Terhadap Nilai Perusahaan dengan Cash Holding Sebagai Variabel Intervening. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(1), 214–226.
- Mispiyanti, M. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Capital Expenditure, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan BUMN Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2), 133–144. <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.636>
- Muharramah, R., & Hakim, Z. M. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 569–576. <https://www.idx.co.id/>
- Nathanael, R. F., & Ria Panggabean, R. R. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Leverage dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 17(2), 175–200. <https://doi.org/10.25170/balance.v17i2>
- Puspitasari, F. I., & Sunarto. (2024). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Emperis Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2022). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 5698–5714. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.6969>
- Putra, R. Di., & Gantino, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 81–96. <https://doi.org/DOI: http://doi.org/10.15408/ess.v11i1.20338>
- Putri, M. R. S., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 8(2), 1823–1838. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.1997>
- Rahmi, N. U., & Danantho, V. (2022). Pengaruh corporate social responsibility, capital expenditure, keputusan investasi dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(4), 4210–4218. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1175>

- Sianipar, K. N., Sinaga, V., Claudia S, Y. C., & Sari, , Ike Rukmana. (2022). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2018-2020. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2036–2049. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.731>
- Spence, Mi. (1973). Job Market Signaling. In *Source: The Quarterly Journal of Economics* (Vol. 87, Issue 3).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta Bandung.
- Wahyunigrum, A. D., & Sunarto. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 6(1), 122–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.34128/jra.v6i1.179>
- Yerikho. (2023). Pengaruh Leverage, Liquidity, Profitability, dan Capital Expenditure terhadap Firm Value (Studi Kasus Perusahaan Subsektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>