

Pengaruh *Intellectual Capital*, *Growth Opportunity*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Azline Citra Fadia^{1*}, Susi Indriani², Septi Nurmalita³

^{1,2,3} Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

*E-mail: azlinecitral@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 14-06-2026

Revision: 25-06-2026

Published: 31-07-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.643

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022 hingga 2024. Variabel yang digunakan meliputi *Intellectual Capital* yang diproksikan dengan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM), *Growth Opportunity* yang diproksikan dengan perbandingan pertumbuhan total aset tahun berjalan terhadap tahun sebelumnya, Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural (Ln) total aset, serta nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling, sehingga diperoleh 74 perusahaan dengan total 222 observasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi data panel dengan bantuan program *Eviews* versi 13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *intellectual capital* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan proksi lain dalam mengukur *intellectual capital*, *growth opportunity*, maupun ukuran perusahaan, serta memperluas periode penelitian dan cakupan sampel pada sektor lain agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik dan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Intellectual Capital*, *Growth Opportunity*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, *Food and Beverage*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of intellectual capital, growth opportunity, and firm size on firm value in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2022–2024. The variables include Intellectual Capital, proxied by the Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM), Growth Opportunity, proxied by the ratio of current-year total asset growth to the previous year, Firm Size, proxied by the natural logarithm (Ln) of total assets, and Firm Value, measured using Price to Book Value (PBV). This study employs a quantitative associative approach with purposive sampling, resulting in 74 companies and 222 observations. Data were analyzed using panel data regression with Eviews version 13. The results show that intellectual capital and firm size have no effect on firm value, while growth opportunity has a positive effect on

Acknowledgment

firm value. Future research is recommended to use alternative proxies for intellectual capital, growth opportunity, and firm size, extend the research period, and broaden the sample to other sectors. These efforts are expected to improve the generalizability of the findings and provide a more comprehensive understanding of the factors influencing firm value.

Key word: *Intellectual Capital, Growth Opportunity, Firm Size, Firm Value, Food and Beverage*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan didukung oleh peningkatan investasi, baik dari dalam maupun luar negeri, yang berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas produksi, daya saing, serta pertumbuhan ekonomi nasional (Simangunsong & Barika, 2025). Perusahaan berperan penting dalam menciptakan kinerja yang baik sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan dan menarik minat investor. Nilai perusahaan menjadi indikator utama yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan serta menjadi salah satu pertimbangan utama investor dalam mengambil keputusan investasi (Aprilawati & Ali, 2022; Nur, 2021). Pada perusahaan publik, nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV), yaitu rasio antara harga pasar saham dan nilai buku saham. Semakin tinggi nilai PBV, maka semakin tinggi kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan (Anwar dkk., 2023). Sub sektor *food and beverage* termasuk dalam perusahaan *consumer non-cyclical* yang relatif tahan terhadap fluktuasi ekonomi serta memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional. Pada tahun 2024, sub sektor ini menyumbang 40,17% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas, 6,90% terhadap PDB nasional, tumbuh sebesar 5,82%, serta mencatat realisasi investasi sebesar Rp30,23 triliun (Fauzan, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sub sektor *food and beverage* memiliki prospek yang baik dan menjadi salah satu sektor yang menarik bagi investor, sehingga penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan pada sub sektor ini penting untuk dilakukan.

Nilai perusahaan mencerminkan kondisi dan prospek perusahaan yang menjadi pertimbangan bagi calon investor. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV). Menurut Sugiono & Untung (2016), nilai PBV di atas 1 menunjukkan bahwa harga pasar saham berada di atas nilai bukunya (*overvalued*), sedangkan PBV di bawah 1 menunjukkan kondisi *undervalued*. Berikut merupakan data rasio PBV pada sub sektor *food and beverage* selama periode 2021-2025.

Tabel 1. Ringkasan Rasio *Price to Book Value* (PBV) Tahun 2021-2025 pada Sub Sektor *Food and Beverage*

No.	Tahun	Ringkasan Rasio <i>Price to Book Value</i> (PBV)
1.	2021	1,90
2.	2022	1,73
3.	2023	1,58
4.	2024	1,55
5.	2025	1,70

Sumber: www.idx.co.id, diakses pada 24 April 2026

Berdasarkan Tabel 1, ringkasan nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan sub sektor *food and beverage* periode 2021-2025 menunjukkan tren yang berfluktuasi. Nilai PBV mengalami penurunan dari 1,90 pada tahun 2021 menjadi 1,55 pada tahun 2024, kemudian meningkat menjadi 1,70 pada tahun 2025. Meskipun secara keseluruhan nilai PBV masih berada di atas angka 1, tren penurunan hingga tahun 2024 mengindikasikan melemahnya penilaian pasar terhadap nilai perusahaan, sehingga menjadi perhatian bagi perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan investor. Di sisi lain, sub sektor *food and beverage* merupakan salah satu sub sektor dengan kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2024, sub sektor ini menempati peringkat kelima dari 27 sub sektor dan menjadi penyumbang kapitalisasi pasar terbesar pada sektor *consumer non-cyclical*. Selain itu, lima perusahaan *food and beverage* juga masuk dalam daftar *Top 50 Biggest Market Capitalization* BEI tahun 2024. Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar lebih diminati oleh investor karena mencerminkan tingkat kestabilan serta prospek pertumbuhan yang relatif lebih baik (Sundari dkk., 2025). Gambaran mengenai nilai perusahaan pada masing-masing dari lima perusahaan sub sektor *food and beverage* tersebut selama periode 2022 hingga 2024 dapat dianalisis menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV), yang selanjutnya disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Nilai Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* Tahun 2022-2024 dengan Proksi *Price to Book Value* (PBV)

No.	Kode Perusahaan	Nilai Perusahaan		
		2022	2023	2024
1.	ICBP	2,02	2,10	1,75
2.	CPIN	1,76	1,87	1,61
3.	INDF	0,56	0,54	0,53
4.	MYOR	2,22	1,98	1,77
5.	CMRY	2,60	2,48	2,33

Sumber: Data Diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 2, nilai perusahaan pada sub sektor *food and beverage* yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) selama periode 2022-2024 menunjukkan kecenderungan fluktuatif dan menurun pada sebagian besar perusahaan. Perusahaan ICBP dan CPIN mengalami kenaikan PBV pada 2023, tetapi kembali menurun pada 2024. Sementara itu, perusahaan MYOR dan CMRY menunjukkan

penurunan PBV secara konsisten selama periode pengamatan. Berbeda dengan perusahaan lainnya, perusahaan INDF memiliki PBV di bawah 1 selama 2022-2024, yang mengindikasikan bahwa harga pasar saham berada di bawah nilai bukunya (*undervalued*).

Fluktuasi nilai perusahaan juga tercermin dari pergerakan harga pasar saham. Beberapa perusahaan, seperti PT Akasha Wira International Tbk (ADES) dan PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO), menunjukkan perkembangan positif yang didukung oleh meningkatnya permintaan terhadap air minum dalam kemasan. Hingga 13 September 2024, saham ADES mencapai Rp10.000, meningkat 3,36% secara *year-to-date* (*ytd*), sedangkan saham CLEO menguat 4,55% menjadi Rp1.190 dengan kenaikan 78,17% secara *ytd* (Revo, 2025). Namun, kondisi tersebut tidak mencerminkan seluruh perusahaan dalam sub sektor *food and beverage*. PT Indo Boga Sukses Tbk (IBOS) mengalami penurunan harga saham sebesar 9,88% menjadi Rp146 pada 14 Mei 2024 dan sempat dikenakan suspensi perdagangan oleh BEI. Secara kumulatif, saham IBOS terdepresiasi 26,26% dalam satu pekan dan 81,16% dalam satu bulan (Angriani, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam sub sektor *food and beverage* masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan nilai perusahaan dan menarik minat investor. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi nilai perusahaan adalah *intellectual capital*. *Intellectual capital* merupakan aset tidak berwujud berbasis pengetahuan yang berperan dalam menciptakan inovasi, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun keunggulan kompetitif perusahaan (Fitria & Syahrenny, 2024; Sari & Gantino, 2023). Pengelolaan *intellectual capital* yang efektif diharapkan mampu meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan sinyal positif kepada investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Anwar dkk., 2023). Namun, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian oleh Indriastuti dkk. (2024) serta Suzan & Devi (2021) menemukan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Hayat & Indawati (2024) menunjukkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Growth opportunity merupakan potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan yang umumnya diukur melalui perubahan total aset. Perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang tinggi cenderung memiliki prospek yang baik sehingga mampu meningkatkan ekspektasi investor dan nilai perusahaan (Ariyadni & Irawati, 2023; Zidane & Suwarti, 2022). Namun, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi. Penelitian oleh Sutihat (2024) serta Zidane & Suwarti (2022) menemukan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Halim, (2022) memperoleh hasil bahwa *growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang diduga memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan besarnya skala operasi yang umumnya diukur menggunakan total aset. Perusahaan yang berukuran besar cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil, akses pendanaan yang lebih luas, serta prospek pertumbuhan yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Mahanani & Kartika, 2022; Ristiani & Sudarsi, 2022). Meskipun demikian, hasil penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan juga masih belum konsisten. Penelitian oleh Mahanani & Kartika (2022) serta Wijaya & Fitriati, (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Yulianti dkk. (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu (*research gap*), penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan masih perlu dilakukan. Penelitian ini mengkaji pengaruh *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sub sektor *food and beverage* dipilih karena memiliki tingkat permintaan yang relatif stabil serta prospek yang menarik bagi investor (Rahmadini dkk., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* periode 2022-2024.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen sedangkan variabel independen meliputi *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan. Nilai perusahaan diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) (Ningrum, 2022), dengan data harga pasar saham yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan menggunakan metode *window period* (Rahmah dkk., 2024). Pengukuran *intellectual capital* dalam penelitian ini menggunakan proksi *Value Added Intellectual Coefficient* (VAICTM) (Ulum, 2017). *Growth opportunity* dalam penelitian ini diukur menggunakan pertumbuhan total aset dengan membandingkan total aset tahun berjalan dengan total aset tahun sebelumnya (Wulandari & Setiawan, 2019). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan logaritma natural dari total aset (Jihadi dkk., 2021) (Jihadi dkk., 2021).

Unit analisis penelitian ini adalah perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan data harga saham yang dipublikasikan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria

perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI, perusahaan yang terdaftar secara konsisten selama periode 2022-2024, memiliki laporan keuangan tahunan yang dapat diakses, serta menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah. Berdasarkan kriteria tersebut, dari 98 perusahaan yang terdaftar diperoleh 74 perusahaan sebagai sampel penelitian, dengan total 222 observasi selama tiga tahun pengamatan. Setelah dilakukan transformasi data dan penghapusan data *outlier*, jumlah observasi yang digunakan dalam analisis menjadi 200 data observasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan pendekatan kuantitatif asosiatif dan analisis regresi data panel sebagai teknik analisis data (Pandoyo & Sofyan, 2018). Proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *Eviews* versi 13 dan Microsoft Excel. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi data panel, dan pengujian hipotesis.

Hipotesis

H1: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H2: *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H3: *Ukuran Perusahaan* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

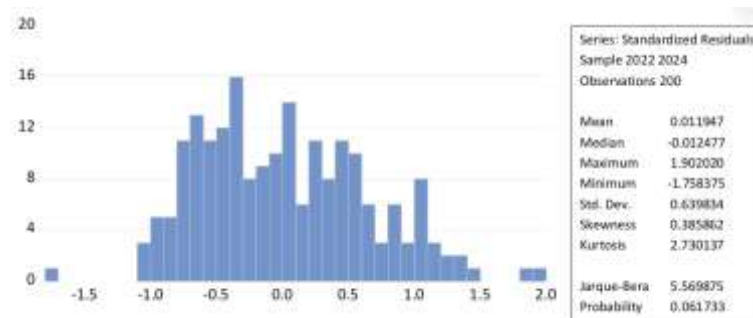
	Y PBV	X1 IC	X2 GROWTH	X3 SIZE
<i>Mean</i>	1.267191	1.947552	0.073647	28.48541
<i>Median</i>	1.179192	1.958227	0.047240	28.73023
<i>Maximum</i>	3.064453	4.550143	1.521188	32.82638
<i>Minimum</i>	-0.583186	-4.184190	-0.880635	22.45747
<i>Std. Dev.</i>	0.653450	0.883060	0.200878	1.754730
<i>Observations</i>	200	200	200	200

Sumber: *Output Eviews 13*, Data diolah Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 3, nilai perusahaan memiliki nilai minimum -0,583186, maksimum 3,0644-53, rata-rata 1,267191, dan standar deviasi 0,653450. *Intellectual capital* memiliki nilai minimum -4,184190, maksimum 4,550143, rata-rata 1,947552, dan standar deviasi 0,883060. *Growth opportunity* memiliki nilai minimum -0,880635, maksimum 1,521188, rata-rata 0,073647, dan standar deviasi 0,200878. Sementara itu, ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 22,45747, maksimum 32,82638, rata-rata 28,48541, dan standar deviasi 1,754730.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: *Output Eviews 13* (2026)

Hasil uji normalitas setelah dilakukan transformasi data dan penanganan *outlier* terhadap 200 observasi menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,061733, lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, data dalam model regresi berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

	X1_IC	X2_GROWTH	X3_SIZE
X1_IC	1.000000	0.320748	0.414864
X2_GR	0.320748	1.000000	0.096068
X3_SIZE	0.414864	0.096068	1.000000

Sumber: *Output Eviews 13* (2026)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh nilai koefisien korelasi antar variabel independen berada di bawah 0,85, yaitu sebesar 0,320748 antara *intellectual capital* dan *growth opportunity*, 0,414864 antara *intellectual capital* dan ukuran perusahaan, serta 0,096068 antara *growth opportunity* dan ukuran perusahaan. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.556633	0.548236	1.015315	0.3112
X1_IC	-0.042780	0.028528	-1.499581	0.1353
X2_GROWTH	-0.196715	0.104036	-1.890837	0.0601
X3_SIZE	0.002385	0.019621	0.121579	0.9034

Sumber: *Output Eviews 13* (2026)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai probabilitas variabel intellectual capital, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan masing-masing sebesar 0,1353, 0,0601, dan 0,9034, yang seluruhnya lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.240143	Mean dependent var	0.332851
Adjusted R-squared	0.228512	S.D. dependent var	0.306631
S.E. of regression	0.268931	Sum squared resid	14.17548
F-statistic	20.64774	Durbin-Watson stat	1.812564
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: *Output Eviews* 13 (2026)

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1,812. Dengan jumlah observasi sebanyak 200, tiga variabel independen, dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai dU sebesar 1,7990 dan 4-dU sebesar 2,201. Karena nilai DW berada di antara dU dan 4-dU ($1,799 < 1,812 < 2,201$), dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi.

Uji Pemilihan Model

Uji Chow

Tabel 7. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: MODEL_FEM			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	13.691334	(73,123)	0.0000
Cross-section Chi-square	442.220035	73	0.0000

Sumber: *Output Eviews* 13 (2026)

Hasil uji chow menunjukkan nilai probabilitas *cross-section Chi-square* sebesar 0,0000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga *Fixed Effect Model* (FEM) dinilai lebih tepat dibandingkan *Common Effect Model* (CEM). Oleh karena itu, pemilihan model dilanjutkan dengan uji hausman.

Uji Hausman

Tabel 8. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: MODEL_REM
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	7.286675	3	0.0633

Sumber: *Output Views* 13 (2026)

Hasil uji hausman menunjukkan nilai probabilitas (*P-Value*) sebesar 0,0633, lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga *Random Effect Model* (REM) dinilai lebih tepat dibandingkan *Fixed Effect Model* (FEM). Oleh karena itu, pemilihan model dilanjutkan dengan uji *Lagrange Multiplier* (LM).

Uji Lagrange Multiplier (LM)

Tabel 9. Hasil Uji Lagrange Multiplier (LM)

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Cross-section	Test Hypothesis Time	Both
Breusch-Pagan	111.4979 (0.0000)	0.794431 (0.3728)	112.2923 (0.0000)

Sumber: *Output Views* 13 (2026)

Hasil uji *Lagrange Multiplier* (LM) menunjukkan nilai probabilitas *Cross-section Breusch-Pagan* sebesar 0,0000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga *Random Effect Model* (REM) dinilai lebih tepat dibandingkan *Common Effect Model* (CEM) dan dipilih sebagai model analisis data panel dalam penelitian ini.

Hasil Uji Analisis Regresi Data Panel

Tabel 10. Hasil Uji Analisis Regresi Data Panel

Dependent Variable: Y_PBV
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 07/15/26 Time: 23:31
Sample: 2022 2024
Periods included: 3
Cross-sections included: 74
Total panel (unbalanced) observations: 200
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.899906	0.899102	3.225337	0.0015
X1_IC	-0.005279	0.038448	-0.137295	0.8909
X2_GROWTH	1.040191	0.138713	7.498851	0.0000
X3_SIZE	-0.060065	0.031835	-1.886770	0.0607

Effects Specification			
		S.D.	Rho
Cross-section random		0.583203	0.8286
Idiosyncratic random		0.265223	0.1714
Weighted Statistics			
R-squared	0.240143	Mean dependent var	0.332851
Adjusted R-squared	0.228512	S.D. dependent var	0.306631
S.E. of regression	0.268931	Sum squared resid	14.17548
F-statistic	20.64774	Durbin-Watson stat	1.812564
Prob(F-statistic)	0.000000		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.040903	Mean dependent var	1.267191
Sum squared resid	81.49669	Durbin-Watson stat	0.315276

Sumber: *Output Eviews 13* (2026)

Berdasarkan hasil estimasi regresi data panel menggunakan Random Effect Model (REM), diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_PBV = 2,899906 - 0,005279X1_ICit + 1,040191X2_GROWTHit - 0,060065X3_SIZEit + eit$$

Uji Hipotesis

Uji T

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada Tabel 10, dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. *Intellectual Capital* (X1): Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $0,137295 < 1,972$ dan nilai signifikansi sebesar $0,8909 > 0,05$. Dengan demikian, *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **H1 ditolak**.
2. *Growth Opportunity* (X2): Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $7,498851 > 1,972$ dan nilai signifikansi sebesar $0,0000 < 0,05$. Dengan demikian, *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif, sehingga **H2 diterima**.
3. *Ukuran Perusahaan* (X3): Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $1,886770 < 1,972$ dan nilai signifikansi sebesar $0,0607 > 0,05$. Dengan demikian, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **H3 ditolak**.

Uji F

Berdasarkan hasil uji F yang disajikan pada Tabel 10, diperoleh nilai *Prob. (F-statistic)* sebesar 0,000000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Tabel 10, diperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,228512. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan, mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 22,85%. Sementara itu, sebesar 77,15% variasi nilai perusahaan dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022—2024. Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar -0,005279, tingkat signifikansi $0,8909 > 0,05$, dan t hitung $0,137295 < t$ tabel 1,972, sehingga H_1 yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan **ditolak**.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *intellectual capital* belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, *intellectual capital* seharusnya dapat menjadi sinyal positif mengenai kualitas dan prospek perusahaan melalui pengelolaan *human capital*, *structural capital*, dan *capital employed* (Holly dkk., 2025; Indriastuti dkk., 2024). Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa sinyal tersebut belum mendapat respons yang kuat dari pasar. Investor cenderung lebih mempertimbangkan indikator kinerja yang bersifat nyata, seperti aset fisik, dibandingkan aset intelektual yang manfaat ekonominya baru dapat dirasakan dalam jangka panjang (Ananda & Sinaga, 2024). Selain itu, besarnya *intellectual capital* dapat mencerminkan biaya pengembangan sumber daya intelektual yang tinggi, sehingga apabila nilai tambah yang dihasilkan belum sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, investor belum tentu memandang *intellectual capital* sebagai faktor yang meningkatkan prospek perusahaan (William, 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan Hayat & Indawati (2024), Suzan & Devi (2021), serta Hallauw & Widyawati (2021) yang menemukan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan ini berbeda dengan Anwar dkk. (2023), Meifari (2023), serta Indriastuti dkk. (2024) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024. Hasil tersebut ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar

1,040191, tingkat signifikansi $0,0000 < 0,05$, dan t hitung sebesar $7,498851 > t$ tabel 1,972. Dengan demikian, H2 yang menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan **diterima**.

Hasil penelitian ini mendukung teori sinyal yang menyatakan bahwa informasi mengenai prospek pertumbuhan perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi investor. *Growth opportunity* yang tinggi menunjukkan adanya peluang perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan menciptakan nilai di masa mendatang, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong permintaan saham. Peningkatan permintaan tersebut selanjutnya dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan (Zidane & Suwarti, 2022). Perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang tinggi juga cenderung dipandang memiliki prospek usaha yang baik dan berpotensi memberikan keuntungan serta tingkat pengembalian yang lebih tinggi bagi investor (Salsabilla & Rahmawati, 2021). Peningkatan aset yang dikelola secara efektif dapat mendukung kinerja perusahaan dan memperkuat prospek pertumbuhan, sehingga meningkatkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai di masa mendatang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Zidane & Suwarti (2022), Ramadhanti & Cipta (2022), serta Halawa (2026), namun berbeda dengan Berliana & Iswara (2023) serta Feradila & Andajani (2024) yang menyatakan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024. Hasil tersebut ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar -0,060065, t hitung sebesar $1,886770 < t$ tabel 1,972, dan tingkat signifikansi sebesar $0,0607 > 0,05$. Dengan demikian, H3 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan **ditolak**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya total aset belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, ukuran perusahaan seharusnya dapat menjadi sinyal positif yang mencerminkan kekuatan, stabilitas, dan prospek perusahaan (Berliana & Iswara, 2023). Namun, besarnya aset belum tentu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara efektif untuk menghasilkan keuntungan dan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Khoirunnisa', 2022). Oleh karena itu, investor cenderung mempertimbangkan efisiensi pengelolaan aset dan kinerja keuangan perusahaan dibandingkan hanya melihat besarnya total aset. Selain itu, semakin besar perusahaan, semakin besar kebutuhan pendanaan untuk mendukung operasional dan pengelolaan aset. Apabila aset tidak dikelola secara efektif untuk

menghasilkan pengembalian yang optimal, besarnya aset justru dapat meningkatkan risiko perusahaan (Yulianti dkk., 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan Yulianti dkk. (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, temuan ini berbeda dengan Mahanani & Kartika (2022) serta Wijaya & Fitriati (2022) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024, dapat disimpulkan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan. *Growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi peluang pertumbuhan perusahaan, semakin positif persepsi investor terhadap prospek perusahaan di masa depan. Sementara itu, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa besarnya total aset belum mampu menjadi faktor utama dalam meningkatkan penilaian investor terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, P., & Sinaga, M. (2024). Pengaruh Intellectual Capital, Kepemilikan Manajerial, Firm Size, Ukuran Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan. *Menawan : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 358–376. <https://doi.org/10.61132/Menawan.V2i5.860>
- Angriani, D. (2024). Kena Suspensi Sehari, Saham Indo Boga (Ibos) Kembali Diperdagangkan. <https://www.idxchannel.com/>. <https://www.idxchannel.com/Market-News/Kena-Suspensi-Sehari-Saham-Indo-Boga-Ibos-Kembali-Diperdagangkan/All>
- Anwar, M. W., Suharto, B., Zulaikah, Z., & Setiawan, A. E. (2023). Pengaruh Cash Holdings Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 3110–3122. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V9i2.9682>
- Aprilawati, N. I., & Ali, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(1), 182–189. <https://doi.org/10.24127/Diversifikasi.V2i1.1205>
- Ariyadni, F. T., & Irawati, W. (2023). Pengaruh Tax Planning, Investment Opportunity Set Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Abis: Accounting And Business Information Systems Journal*, 11(4), 409–431. <https://doi.org/10.22146/Abis.V11i4.87068>
- Berliana, T. A., & Iswara, U. S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Growth Opportunity, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 12(9). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/Jira/Article/View/5529>

- Fauzan, M. (2025). *Kemenperin: Industri Makanan Dan Minuman Diminati Investor*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/4585494/kemenperin-industri-makanan-dan-minuman-diminati-investor>
- Feradila, I., & Andajani, A. (2024). Pengaruh Growth Opportunity, Keputusan Investasi Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 13(5). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5891>
- Fitria, A., & Syahrenny, N. (2024). Pengaruh Intellectual Capital, Good Corporate Governance, Dan Free Cash Flow Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (Jiaku)*, 3(4), 319–334. <https://doi.org/10.24034/jiaku.V3i4.7083>
- Halawa, E. (2026). Pengaruh Intellectual Capital, Growth Opportunity, Terhadap Nilai Perusahaan. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(4), 6598–6612. <https://doi.org/10.31004/riggs.V4i4.4136>
- Halim, K. I. (2022). Pengaruh Cash Holdings, Growth Opportunity, Dan Profitability Terhadap Firm Value. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(1), 252–258. <https://doi.org/10.31959/jm.V11i1.1072>
- Hallauw, K. D. A., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Intellectual Capital, Return On Assets Dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 10(2). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3821>
- Hayat, T. Z., & Indawati, I. (2024). Pengaruh Intellectual Capital, Cash Holding Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Akua: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(4), 230–241. <https://doi.org/10.54259/akua.V3i4.3078>
- Holly, A., Jao, R., Mardiana, A., & Kusuma, W. (2025). Pengaruh Intellectual Capital Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekualisasi*, 6(2), 01–11.
- Indriastuti, M., Chariri, A., & Fuad, F. (2024). Enhancing Firm Value: The Role Of Enterprise Risk Management, Intellectual Capital, And Corporate Social Responsibility. *Contaduría Y Administración*, 70(1), 486. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2025.5185>
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect Of Liquidity, Leverage, And Profitability On Firm Value: Empirical Evidence From Indonesia. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(3), 423–431.
- Khoirunnisa', R. (2022). Pengaruh Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Liabilitas Sebagai Variabel Mediasi Pada Sektor Finance Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 11–27. <https://doi.org/10.26740/jim.V10n1.P11-27>
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 360–372. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.V5i1.2280>
- Meifari, V. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(3), 265–268. <https://doi.org/10.53625/juremi.V3i3.1682>
- Ningrum, E. P. (2022). *Nilai Perusahaan: Konsep Dan Aplikasi*. Penerbit Adab.
- Nur, E. D. P. (2021). The Impact Of Social Media On Firm Value: A Case Study Of Oil And Gas Firms In Indonesia. *Journal Of Asian Finance Economics And Business*, 8(3), 987–996.

<https://doi.org/10.13106/Jafeb.2021.Vol8.No3.0987>

Pandoyo, & Sofyan. (2018). *Metode Penelitian Keuangan Dan Bisnis*. In Media.

Rahmadini, N., Aswat, I., & Astarani, J. (2025). Keputusan Investasi Dan Faktor Internal Keuangan: Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman. *Akua: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 302–310. <https://doi.org/10.54259/Akua.V4i3.4590>

Rahmah, N. A., Purwohedhi, U., & Handarini, D. (2024). The Moderating Role Of Profitability And Firm Size In Esg Disclosure Towards Firm Value. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (Ijessm)*, 4(2), 700–719. <https://doi.org/10.52121/Ijessm.V4i2.345>

Ramadhanti, S., & Cipta, W. (2022). Pengaruh Growth Opportunity Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 11(02), 203–212.

Revo. (2025). *Bisnis Air Minum Dulang Cuan Berlimpah, Harga Saham Ini Terbang Tinggi*. Cnbc Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240915123655-128-571980/Bisnis-Air-Minum-Dulang-Cuan-Berlimpah-Harga-Saham-Ini-Terbang-Tinggi>

Ristiani, L., & Sudarsi, S. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 837–848. <https://doi.org/10.32670/Fairvalue.V5i2.2336>

Salsabilla, S., & Rahmawati, M. I. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 10(1). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/Jira/article/view/3716>

Sari, P. I., & Gantino, R. (2023). Pengaruh Intellectual Capital, Enterprise Risk Management, Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 727–742. <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V7i2.1404>

Simangunsong, N. A., & Barika, B. (2025). Analisis Investasi Dalam Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 9(1), 952–964. (Ekonomi). <https://doi.org/10.31955/Mea.V9i1.4974>

Sugiono, A., & Untung, E. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa Keuangan Edisi Revisi*. Pt Grasindo.

Sundari, I. A., Nurbaiti, B., Ningrum, E. P., Nuryati, T., & Yulaeli, T. (2025). Pengaruh Kapitalisasi Pasar, Struktur Modal Dan Arus Kas Operasi Terhadap Tingkat Pengembalian Saham. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management And Business*, 8(4), 1189–1200. <https://doi.org/10.37481/Sjr.V8i4.1212>

Sutihat, A. (2024). Pengaruh Growth Opportunity, Keputusan Investasi Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Healthcare Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 58–67. <https://doi.org/10.37481/Jmeb.V4i1.660>

Suzan, L., & Devi, B. R. P. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 5(3), 1582–1596. (Keuangan). <https://doi.org/10.31955/Mea.V5i3.1567>

Ulum, I. (2017). *Intellectual Capital: Model Pengukuran, Framework Pengungkapan & Kinerja Organisasi*. Umm Press.

- Wijaya, N. S., & Fitriati, I. R. (2022). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5606–5616. <https://doi.org/10.32670/Fairvalue.V4i12.1870>
- William, W. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Profitabilitas, Leverage, Dan Aktivitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia. *Fin-Acc (Finance Accounting)*, 5(5). <https://journal.widyadharma.ac.id/index.php/finacc/article/view/1424>
- Wulandari, E., & Setiawan, M. A. (2019). Pengaruh Growth Opportunity, Net Working Capital, Cash Conversion Cycle Dan Dividend Payout Terhadap Cash Holding. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1259–1274. <https://doi.org/10.24036/Jea.V1i3.141>
- Yulianti, E., Hermuningsih, S., & Sari, P. P. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 9(1), 89–101. <https://doi.org/10.36987/Ecobi.V9i1.2269>
- Zidane, R., & Suwarti, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Capital Structure Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2021. *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(03), 1013–1023. <https://doi.org/10.23887/Jimat.V13i03.51012>