

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR CONSUMER NON-CYCLICALS

Missel Monica Sares^{1*}, I Made Pande Dwiana Putra²

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia

Email: michellemosares@gmail.com**Abstract**

Firm value reflects investor perceptions of a company's performance, which are influenced by fundamental factors such as profitability, leverage, and firm size. This study aims to examine the impact of profitability, leverage, and firm size on the firm value of companies in the Consumer Non-Cyclicals sector listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021-2024 period. A quantitative approach utilizing purposive sampling was employed. Out of 381 initial data points, 250 observations remained after eliminating outliers; these were analyzed using multiple linear regression with the aid of IBM SPSS Statistics. Profitability was measured by Return on Assets (ROA), leverage by the Debt-to-Equity Ratio (DER), firm size by the natural logarithm (Ln) of total assets, and firm value by the Price-to-Book Value (PBV) ratio. The results indicate that profitability and firm size do not have a significant effect on firm value, whereas leverage has a significant negative effect. These findings suggest that investors in the Consumer Non-Cyclicals sector prioritize the risks associated with debt usage over profitability and firm size when evaluating companies.

Keywords: Profitability, Leverage, Firm Size, Firm Value.

Abstrak

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor fundamental, di antaranya profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Dari 381 data observasi, setelah eliminasi outlier diperoleh 250 observasi yang dianalisis menggunakan regresi linear berganda

Article history

Received : September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Profitabilitas diukur dengan Return on Assets (ROA), leverage dengan Debt to Equity Ratio (DER), ukuran perusahaan dengan Ln Total Aset, dan nilai perusahaan dengan Price to Book Value (PBV). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage berpengaruh negatif. Temuan ini menunjukkan bahwa investor pada sektor Consumer Non-Cyclicals lebih mempertimbangkan risiko penggunaan utang dibandingkan profitabilitas dan ukuran perusahaan dalam menilai perusahaan.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kinerja dan memberikan keuntungan di masa mendatang (Brigham & Houston, 2018). Bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), nilai perusahaan menjadi perhatian penting karena berkaitan dengan keputusan investasi dan persepsi pasar terhadap keberlanjutan usaha perusahaan.

Salah satu sektor yang menarik untuk dikaji adalah sektor *Consumer Non-Cyclicals*, yang mencakup perusahaan penyedia barang kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, produk rumah tangga, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Sektor ini memiliki karakteristik relatif defensif karena permintaan terhadap produknya cenderung tetap ada dalam berbagai kondisi ekonomi. Namun, karakteristik tersebut tidak menjamin stabilitas nilai pasar perusahaan. Pada periode 2021-2024, indeks sektoral *Consumer Non-Cyclicals* mengalami fluktuasi, termasuk penurunan sebesar 14,9% pada tahun 2022 dari 703,875 menjadi 598,814, sebelum kembali meningkat hingga 777,092 pada tahun 2024. Pergerakan tersebut juga tidak sepenuhnya sejalan dengan *rasio Price to Earnings Ratio (P/E)*, yang berada pada 23,4 pada tahun 2021 tetapi menurun menjadi 20,9 pada tahun 2024 ketika indeks sektoral mencapai titik tertingginya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kinerja pasar sektor *Consumer Non-Cyclicals* tidak selalu diikuti oleh peningkatan persepsi pasar terhadap valuasi perusahaan.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perubahan nilai perusahaan tidak hanya berkaitan dengan kondisi pasar, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan. Dalam penelitian ini, faktor yang dikaji meliputi profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki. Berdasarkan Teori Sinyal, informasi mengenai profitabilitas dapat menjadi sinyal bagi investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset secara efektif sehingga dapat memberikan sinyal positif kepada investor dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2018).

Selain profitabilitas, *leverage* merupakan faktor yang berkaitan dengan keputusan pendanaan perusahaan. Leverage menunjukkan tingkat penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan. Berdasarkan Pecking Order Theory (Myers & Majluf, 1984), perusahaan cenderung mengutamakan dana internal, kemudian utang, dan penerbitan saham sebagai alternatif terakhir. Penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam membiayai kegiatan usaha, tetapi juga meningkatkan kewajiban dan risiko keuangan. Dalam perspektif Teori Sinyal, tingkat *leverage* yang tinggi dapat dipersepsikan sebagai peningkatan risiko apabila tidak diimbangi dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, sehingga berpotensi menurunkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan.

Faktor lainnya adalah ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih kuat, akses pendanaan yang lebih luas, serta kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi. Kondisi tersebut dapat memberikan sinyal positif kepada investor. Namun, berdasarkan Teori Agensi, perusahaan yang semakin besar juga memiliki struktur organisasi dan aktivitas operasional yang lebih kompleks sehingga berpotensi meningkatkan biaya keagenan apabila tidak dikelola secara efektif (Jensen & Meckling, 1976). Dengan demikian, pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih perlu dibuktikan secara empiris.

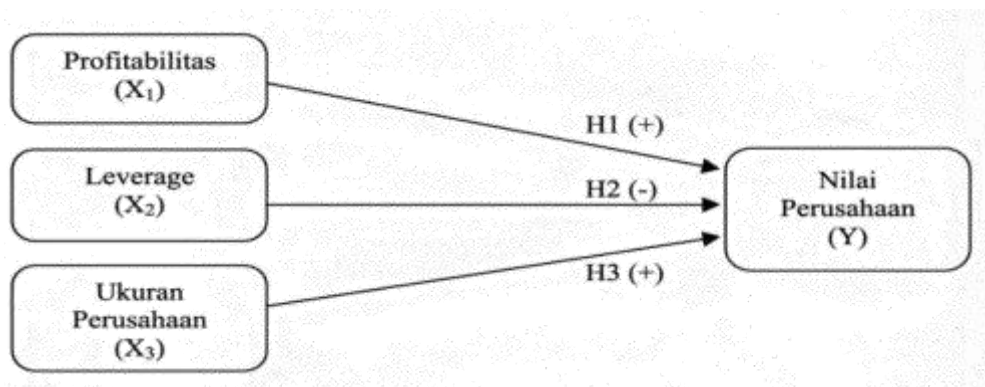
Hubungan antara profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan telah banyak diteliti, tetapi menunjukkan hasil yang belum konsisten. Dewi dan Wirajaya (2013) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa mengenai pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan juga ditemukan oleh Kusumaningrum et al. (2022), Wijaya dan Sedana (2015), Permana dan Rahyuda (2019), serta Hidayat dan Khotimah (2022). Namun, penelitian mengenai *leverage* menunjukkan hasil yang beragam. Widyantari dan Yadnya (2017), Narga dan Hermuningsih (2020), Nugroho et al. (2022), dan Ramadhan (2023) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, penggunaan leverage dalam penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda tergantung pada karakteristik perusahaan dan periode penelitian.

Ukuran perusahaan juga menunjukkan hasil penelitian yang belum sepenuhnya konsisten. Sejumlah penelitian menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang lebih besar dipandang memiliki sumber daya dan stabilitas yang lebih baik (Alam & Kashem, 2022; Christavera & Jonnardi, 2023; Fadhilah & Widajantie, 2024; Febianto & Susanti, 2024). Namun, adanya perbedaan hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan masih perlu diuji pada karakteristik sektor dan periode yang berbeda.

Research gap penelitian ini terletak pada masih adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, khususnya pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*. Penelitian Dwicahyani et al. (2022) menguji faktor leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* periode 2017-2020, sedangkan Saputra dan Aryani (2024) menguji profitabilitas dan leverage pada sektor yang sama periode 2020-2022. Penelitian ini memperluas kajian tersebut dengan menggunakan periode 2021-2024

serta memasukkan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan sebagai variabel yang diduga memengaruhi nilai perusahaan. Perbedaan periode penelitian juga penting karena periode 2021-2024 mencerminkan masa pemulihan ekonomi dan penyesuaian aktivitas bisnis setelah pandemi, yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan dan keputusan investor.

Berdasarkan Teori Sinyal, profitabilitas dan ukuran perusahaan diperkirakan memberikan sinyal positif kepada investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, berdasarkan *Pecking Order Theory* dan Teori Sinyal, tingkat leverage yang tinggi diperkirakan meningkatkan risiko keuangan dan memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini mengajukan tiga hipotesis. Pertama, profitabilitas diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena kemampuan menghasilkan laba memberikan sinyal positif mengenai kinerja dan prospek perusahaan. Kedua, *leverage* diduga berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan. Ketiga, ukuran perusahaan diduga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya dan stabilitas yang lebih kuat.

Dengan demikian, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*. H2: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*. H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-komparatif untuk menguji pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian melibatkan data berbentuk angka yang dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Objek

penelitian adalah perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2024. Periode tersebut dipilih karena mencerminkan kondisi pemulihan ekonomi setelah pandemi COVID-19 serta adanya perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan moneter yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan dan keputusan investasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan (*annual report*), laporan keuangan auditan, serta data harga saham perusahaan. Data diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia, situs resmi masing-masing perusahaan, dan sumber data keuangan seperti Yahoo *Finance*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan, mencatat, dan menelaah informasi yang berkaitan dengan variabel penelitian. Data yang dikumpulkan meliputi laba bersih, total aset, total utang, total ekuitas, nilai buku saham, serta harga saham perusahaan selama periode pengamatan.

Populasi dalam penelitian ini terdiri atas seluruh perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2024. Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat 128 perusahaan yang termasuk dalam populasi penelitian. Dengan periode pengamatan selama empat tahun, diperoleh 512 observasi perusahaan-tahun. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Kriteria pemilihan sampel meliputi perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI selama periode penelitian dan memiliki data yang diperlukan untuk mengukur seluruh variabel penelitian. Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap atau baru melakukan *Initial Public Offering* (IPO), serta perusahaan yang tidak memiliki data yang dibutuhkan, dikeluarkan dari sampel. Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh 381 observasi perusahaan-tahun yang digunakan dalam analisis penelitian.

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Variabel dependen adalah nilai perusahaan (Y), sedangkan variabel independen terdiri atas profitabilitas (X_1), *leverage* (X_2), dan ukuran perusahaan (X_3). Nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yaitu rasio yang menunjukkan seberapa besar pasar memberikan penilaian terhadap nilai buku perusahaan. PBV digunakan karena dapat menggambarkan persepsi pasar terhadap prospek dan nilai perusahaan. Rumus yang digunakan adalah: $PBV = \text{Harga Pasar per Saham} / \text{Nilai Buku per Saham}$

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan menggunakan Return on Assets (ROA), yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan total aset yang dimiliki. ROA dihitung dengan rumus: $ROA = \text{Laba Bersih} / \text{Total Aset} \times 100\%$

Leverage menggambarkan tingkat penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan. Variabel ini diproksikan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu perbandingan antara total utang dengan total ekuitas perusahaan. DER digunakan untuk menggambarkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan yang berasal dari utang. Rumus DER adalah: $DER = \text{Total Utang} / \text{Total Ekuitas}$

Sementara itu, ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya skala perusahaan berdasarkan jumlah aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan logaritma natural total aset (Ln Total Assets). Penggunaan logaritma natural bertujuan untuk mengurangi perbedaan skala data akibat nilai aset perusahaan yang relatif besar. Pengukuran tersebut dirumuskan sebagai: $\text{Size} = \ln(\text{Total Aset})$

Seluruh data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu dilakukan analisis statistik deskriptif dan uji asumsi klasik. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik masing-masing variabel penelitian yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan analisis. Uji tersebut meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi residual, uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan yang tinggi antarvariabel independen, uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ketidaksamaan varians residual, sedangkan uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui adanya korelasi residual antarperiode.

Model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan (PBV)

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

X_1 = Profitabilitas (ROA)

X_2 = Leverage (DER)

X_3 = Ukuran Perusahaan (Size)

ε = Error term

Pengujian kelayakan model dilakukan menggunakan uji F untuk mengetahui apakah profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan secara simultan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan diukur menggunakan Adjusted R-Square. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap nilai perusahaan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis dinyatakan didukung apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan arah koefisien regresi sesuai dengan arah hubungan yang telah dihipotesiskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2024. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Berdasarkan proses

seleksi awal diperoleh 381 observasi. Selanjutnya, setelah dilakukan pengujian dan identifikasi data outlier, sebanyak 128 observasi dikeluarkan sehingga diperoleh 250 observasi yang digunakan dalam analisis akhir. Data penelitian merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan annual report perusahaan.

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data penelitian yang meliputi profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Statistik yang digunakan terdiri atas nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	250	-0,69	3,13	0,0840	0,27606
DER	250	-25,00	39,53	1,3674	4,07275
SIZE	250	3,87	17,40	8,2668	2,73093
PBV	250	0,05	39,61	2,6034	4,46314

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) memiliki nilai minimum sebesar -0,69 dan maksimum sebesar 3,13, dengan nilai rata-rata 0,0840 dan standar deviasi 0,27606. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui aset yang dimiliki cukup bervariasi.

Variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki nilai minimum -25,00 dan maksimum 39,53, dengan rata-rata 1,3674 dan standar deviasi 4,07275. Besarnya rentang nilai tersebut menunjukkan adanya variasi tingkat penggunaan utang antarperusahaan dalam sampel.

Variabel *Firm Size* (SIZE) memiliki nilai minimum 3,87 dan maksimum 17,40, dengan rata-rata 8,2668 dan standar deviasi 2,73093. Sementara itu, *Price to Book Value* (PBV) memiliki nilai minimum 0,05 dan maksimum 39,61, dengan rata-rata 2,6034 dan standar deviasi 4,46314. Nilai standar deviasi PBV yang lebih besar daripada rata-ratanya menunjukkan adanya variasi nilai perusahaan yang cukup tinggi antarobservasi.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda, model penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Hasil pengujian awal normalitas menunjukkan bahwa residual belum berdistribusi normal. Oleh karena itu, dilakukan identifikasi dan penghapusan data outlier, kemudian pengujian normalitas dilakukan kembali.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Sebelum dan Sesudah Penghapusan Outlier

Kondisi	N	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)	(2- Keterangan
Sebelum penghapusan outlier	381	0,141	0,001	Tidak normal
Setelah penghapusan outlier	250	0,024	0,200	Normal

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, sebelum penghapusan outlier diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga residual belum berdistribusi normal. Setelah dilakukan penghapusan outlier, nilai signifikansi meningkat menjadi $0,200 > 0,05$. Dengan demikian, residual pada model penelitian telah berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Selanjutnya dilakukan pengujian multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
ROA	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinearitas
DER	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinearitas
SIZE	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2026.

Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Pengujian selanjutnya dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
ROA	0,594	Tidak terjadi heteroskedastisitas
DER	0,609	Tidak terjadi heteroskedastisitas
SIZE	0,770	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. ROA memiliki nilai signifikansi 0,594, DER sebesar 0,609, dan SIZE sebesar 0,770. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Pengujian asumsi klasik terakhir adalah uji autokorelasi menggunakan nilai Durbin-Watson.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Keterangan
1	1,585	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data diolah, 2026.

Nilai Durbin-Watson sebesar 1,585 menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi. Dengan terpenuhinya seluruh pengujian asumsi klasik, model selanjutnya dapat digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh ROA, DER, dan SIZE terhadap PBV. Hasil analisis regresi sekaligus digunakan untuk menguji hipotesis penelitian melalui nilai koefisien regresi, t-statistic, dan tingkat signifikansi.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	2,505	0,262	-	9,569	0,000
ROA	-0,019	0,040	-0,027	-0,472	0,637
DER	-0,012	0,002	-0,440	-7,691	0,000
SIZE	0,0000856*	0,004	0,001	0,022	0,983

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 6, persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut: $PBV = 2,505 - 0,019ROA - 0,012DER + 0,0000856SIZE + e$ Nilai konstanta sebesar 2,505 menunjukkan bahwa apabila ROA, DER, dan SIZE dianggap konstan, maka PBV diperkirakan sebesar 2,505. Koefisien ROA sebesar -0,019 menunjukkan arah hubungan negatif terhadap PBV, tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansi $0,637 > 0,05$. DER memiliki koefisien -0,012 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap PBV. Sementara itu, SIZE memiliki arah hubungan positif, tetapi tidak signifikan karena nilai signifikansi sebesar $0,983 > 0,05$. Untuk mengetahui kelayakan model secara simultan, dilakukan uji F.

Tabel 7. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	964,623	3	321,541	19,798	0,000
Residual	3.995,353	246	16,241		
Total	4.959,976	249			

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh nilai F sebesar 19,798 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ROA, DER, dan SIZE secara simultan berpengaruh signifikan terhadap PBV. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan nilai perusahaan.

Selanjutnya, kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan dapat diketahui melalui koefisien determinasi.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,441	0,194	0,185

Sumber: Data diolah, 2026.

Nilai R sebesar 0,441 menunjukkan bahwa hubungan antara ROA, DER, dan SIZE dengan PBV berada pada tingkat sedang. Nilai R Square sebesar 0,194 menunjukkan bahwa sebesar 19,4% variasi PBV dapat dijelaskan oleh ROA, DER, dan SIZE, sedangkan 80,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,185

menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, kemampuan model dalam menjelaskan variasi PBV sebesar 18,5%.

Pembahasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV). Berdasarkan hasil regresi, ROA memiliki koefisien sebesar -0,019 dengan nilai signifikansi 0,637 ($> 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa perubahan profitabilitas belum mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama periode 2021-2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, tetapi juga memperhatikan prospek pertumbuhan, risiko, kondisi industri, dan sentimen pasar dalam menentukan keputusan investasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Alida & Sulastiningsih (2024), Oktaviani & Dwi (2023), Susanto et al. (2021), serta R. Win & Hasibuan (2024) yang menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan profitabilitas, leverage yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. DER memiliki koefisien regresi sebesar -0,012 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Artinya, peningkatan penggunaan utang relatif terhadap modal sendiri cenderung menurunkan nilai perusahaan. Kondisi tersebut dapat terjadi karena tingkat *leverage* yang tinggi meningkatkan risiko keuangan dan beban kewajiban perusahaan sehingga menimbulkan persepsi negatif bagi investor. Temuan ini mendukung *Pecking Order Theory* yang menjelaskan kecenderungan perusahaan untuk mengutamakan sumber pendanaan internal sebelum menggunakan utang. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Huatauruk et al. (2024), Anggraeni & Banani (2021), Sudjiman & Sudjiman (2019), serta Pratt et al. (2023) yang menunjukkan adanya pengaruh negatif leverage terhadap nilai perusahaan.

Sementara itu, ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural total aset tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,0000856 dengan nilai signifikansi 0,983 ($> 0,05$). Meskipun arah hubungan yang terbentuk positif, pengaruh tersebut tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya aset yang dimiliki perusahaan belum tentu menjadi pertimbangan utama investor dalam menentukan nilai perusahaan. Investor cenderung memperhatikan bagaimana aset tersebut dikelola dan kemampuan perusahaan menghasilkan kinerja serta prospek pertumbuhan yang berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan Kurniawan & Fitriarsi (2025), Nurwulandari (2021), Nugraheni & Suaryana (2024), serta Santioso (2025).

Secara simultan, profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai F sebesar 19,798 dan signifikansi 0,000. Nilai R Square sebesar 0,194 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 19,4% variasi nilai perusahaan, sedangkan 80,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial hanya leverage yang berpengaruh signifikan, kombinasi ketiga variabel tetap memiliki kontribusi dalam menjelaskan perubahan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba belum menjadi faktor utama yang menentukan penilaian investor terhadap nilai perusahaan.

Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat leverage, semakin rendah nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan dan memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan.

Sementara itu, ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Besarnya total aset belum menjadi faktor utama dalam menentukan nilai perusahaan, karena investor juga mempertimbangkan efektivitas pengelolaan aset, kinerja, serta prospek pertumbuhan perusahaan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk mengelola penggunaan utang secara optimal guna menekan risiko keuangan dan menjaga kepercayaan investor. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan pemanfaatan aset, dan menjaga pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Bagi investor, keputusan investasi sebaiknya tidak hanya didasarkan pada profitabilitas dan ukuran perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan tingkat leverage, prospek pertumbuhan, kondisi industri, tata kelola, serta kondisi ekonomi secara keseluruhan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, seperti likuiditas, kebijakan dividen, pertumbuhan perusahaan, *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan keputusan investasi. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas periode pengamatan maupun objek penelitian agar hasil yang diperoleh memiliki cakupan dan generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Hikmah, D., Benned, M., & Setiadi, B. (2026). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN AKSESIBILITAS TERHADAP PEMBELIAN TIKET MELALUI TIKET ONLINE (WEBSERVICE) DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 16(1).
<https://doi.org/10.35968/m-pu>
- Kompas.com. (2025). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2025*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2025/08/08/15580527/shopee-raja-marketplace-di-indonesia-tiktok-shop-kedua>
- Rahayu, S. (2025). *PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI PERSEPSI HARGA DAN E-SERVICE QUALITY UNTUK MENCIPTAKAN LOYALITAS PELANGGAN*. PT MEDIA PUSTAKA INDO.
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan konsumen* (M. Hamdi (Ed.); Pertama). UIN KHAS Press.

ISSN : 3025-9495

- Shopee Raja Marketplace di Indonesia, TikTok Shop Kedua.* (2025). Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2025/08/08/15580527/shopee-raja-marketplace-di-indonesia-tiktok-shop-kedua>
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Sutopo (Ed.); kedua). ALFABETA.
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). *MINAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: TINJAUAN MELALUI PERSEPSI HARGA & KUALITAS PRODUK (Konsep Studi & Kasus)*. Penerbit Abad.