Akuntansi dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global
Volume. 3, Nomor. 3 Agustus 2026
e-ISSN: 3046-9856; p-ISSN: 3046-9872, Hal 01-13
DOI: https://doi.org/10.61132/aeppg.v3i3.2430
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/AEPPG

Pengaruh *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer *Non-Cyclical* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2024

Agis Nuraeini[1*], Hania Setiana[2], Hilda Aini Lutfiah[3], Regita Cahyani[4], M Nur Afif[5]
[1-5]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Djuanda, indonesia
Email: agisnuraeni1@gmail.com[1], haniasetianaa@gmail.com[2], hildalutfh@gmail.com[3], gitachyn19@gmail.com[4], m.nur.afif@unida.ac.id[5]*
** Penulis korespondensi: agisnuraeni1@gmail.com*

Abstract. *The purpose of this study is to examine the impact of profitability and Leverage on the firm value of manufacturing companies operating in the Non-Cyclical consumer goods sector and listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2021–2024 period. This study employs a quantitative methodology using secondary data extracted from the annual financial reports published by these companies. The research sample consists of 32 companies with a total of 128 observations selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using panel data regression with the Random Effects Model (REM). The findings indicate that profitability, as measured by ROA, has a positive and statistically significant effect on firm value (PBV), while Leverage (DER) does not show a significant impact. Furthermore, when analyzed together, profitability and Leverage do not produce a significant effect on firm value. These results indicate that investors prioritize a firm's ability to generate profits over its debt level when assessing firm value.*

Keywords*: Debt-to-Equity Ratio (DER); Profitability; Leverage; Firm Value; Random Effects Model (REM).*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang beroperasi di sektor barang konsumsi *Non-Cyclical* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2024. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.Sampel penelitian terdiri atas 32 perusahaan dengan total 128 observasi yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan *Random Effect Model* (REM). Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Profitabilitas* yang diukur dengan ROA, memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan (PBV), sementara *Leverage* (DER) tidak menunjukkan dampak yang signifikan. Selain itu, ketika dianalisis secara bersama-sama, *Profitabilitas* dan *Leverage* tidak menghasilkan efek yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa investor lebih mengutamakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba daripada tingkat utangnya dalam penilaian nilai perusahaan.

Kata kunci: *Debt to Equity Ratio (DER); Profitabilitas; Leverage;* Nilai Perusahaan; *Random Effects Model (REM).*

1. PENDAHULUAN

Nilai Perusahaan (*firm value*) adalah indikator penting yang menunjukkan seberapa efektif manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan sekaligus mencerminkan pandangan investor terhadap prospek masa depan perusahaan. Nilai pasar perusahaan mencerminkan tingkat kesejahteraan yang diterima oleh pemegang saham, karena harga saham merepresentasikan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan saat ini serta prospek pertumbuhannya di masa mendatang. Dengan demikian, tujuan utama manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan sebagai upaya untuk mencapai tujuan jangka panjang, yaitu memaksimalkan kemakmuran atau kekayaan para pemegang saham. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Dianova & Ws (2024) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan

Naskah Masuk: 13 Mei 2026; Revisi: 09 Juni 2026; Diterima:10 Juli 2026; Tersedia: 22 Juli 2026

dipengaruhi oleh kondisi fundamental perusahaan, terutama kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola struktur pendanaannya.

Sektor *Consumer Non-Cyclical* merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia karena berfokus pada produksi barang kebutuhan primer seperti makanan, minuman, dan obat-obatan yang permintaannya cenderung tidak terpengaruh oleh siklus ekonomi. Sifat ini membuat sektor tersebut sering dianggap sebagai sektor defensif yang dapat menopang pasar modal saat terjadi ketidakpastian pertumbuhan ekonomi, karena kinerjanya lebih stabil dan lebih tahan terhadap fluktuasi ekonomi makro dibandingkan sektor siklikal lainnya (Anggriyani et al., 2026). Persepsi defensif terhadap sektor ini juga tercermin dari kecenderungan investor yang memilih saham di sektor tersebut saat terjadi guncangan pasar. Contohnya terlihat pada penurunan IHSG sebesar 8,73% pada Mei 2022 akibat kekhawatiran terhadap inflasi dan kenaikan suku bunga bank sentral Amerika Serikat, di mana sektor *Consumer Non-Cyclical* dianggap lebih tahan dibandingkan sektor lainnya

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di mana struktur modal, khususnya *Leverage*, serta *Profitabilitas* merupakan dua determinan yang paling banyak mendapat perhatian dalam literatur keuangan. Kedua indikator tersebut sering dijadikan objek penelitian karena memiliki keterkaitan langsung dengan kebijakan pendanaan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang pada akhirnya memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan (Pratama & Dharma, 2023). *Leverage*, yang umumnya diukur menggunakan rasio *debt-to-equity* (DER), menggambarkan tingkat penggunaan utang dibandingkan dengan modal sendiri dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan. Penggunaan utang secara optimal dapat memberikan keuntungan berupa penghematan pajak, namun jika proporsi utang terlalu tinggi, hal ini dapat meningkatkan risiko keuangan Perusahaan (Rismaya & Kasir, 2024). Selain *Leverage*, *Profitabilitas* yang biasanya diukur melalui *Return on Assets* (ROA) menjadi faktor penentu penting lainnya dalam menentukan nilai perusahaan, mengingat indikator ini mencerminkan seberapa efisien suatu perusahaan memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba. Semakin efisien perusahaan dalam mengelola aset untuk memperoleh laba, semakin tinggi daya tarik perusahaan tersebut bagi para investor. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rasio *Price-to-Book Value* (PBV), yaitu rasio yang membandingkan harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham perusahaan. Rasio ini digunakan untuk menggambarkan sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap nilai akuntansi perusahaan. Semakin tinggi nilai PBV, semakin besar pula apresiasi pasar terhadap perusahaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dipandang memiliki nilai dan prospek yang baik oleh para investor. *Profitabilitas* dan *Leverage*

merupakan dua indikator keuangan yang sering digunakan untuk menjelaskan perubahan nilai perusahaan. *Profitabilitas* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki, sedangkan *Leverage* menunjukkan kebijakan perusahaan dalam memanfaatkan utang sebagai sumber pendanaan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi persepsi investor terhadap prospek perusahaan, sehingga berdampak pada perubahan nilai perusahaan. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut masih menjadi fokus dalam berbagai penelitian yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan (Setyani et al., 2024).

Meskipun demikian, tinjauan terhadap literatur yang ada menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang mencolok terkait pengaruh DER dan ROA terhadap penilaian perusahaan, khususnya di sektor barang konsumsi non-siklikal. Meskipun sebuah studi yang berfokus pada industri ini melaporkan bahwa rasio utang dan *Profitabilitas* secara bersama-sama memberikan dampak positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, penelitian yang sama menemukan bahwa ketika dievaluasi secara terpisah, *Profitabilitas* justru menunjukkan dampak negatif yang signifikan (Meirisa, 2024). Sebaliknya, penelitian (Stepani & Nugroho, 2023) pada industri *Consumer Non-Cyclical* selama periode 2019-2022 menemukan bahwa lavarage tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Adanya perbedaan hasil ini menjadi celah penelitian (*research gap*) yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, khususnya pada sektor *Consumer Non-Cyclical* yang memiliki karakteristik bisnis tersendiri.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor *Consumer Non-Cyclical* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024".

2. KAJIAN TEORITIS

Teori agensi menjelaskan hubungan antara pemilik atau pemegang saham perusahaan sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Dalam praktiknya, pemegang saham mengharapkan manajemen dapat mengelola perusahaan dengan baik agar nilai perusahaan meningkat (Jensen & Meckling, 1976). Namun, terkadang muncul perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan manajemen, sehingga diperlukan pengawasan terhadap keputusan yang diambil oleh manajemen.

Agency Theory digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan utang, laba, dan nilai perusahaan. Sebagai pihak yang diberi wewenang untuk mengelola perusahaan, manajemen bertanggung jawab dalam mengambil keputusan terkait

struktur pendanaan serta mengoptimalkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Pengelolaan utang yang efektif dan pencapaian tingkat *Profitabilitas* yang baik diharapkan dapat menyelaraskan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham, sehingga meningkatkan kepercayaan investor serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Teori sinyal diperkenalkan oleh Spence (1973) sebagai teori yang menjelaskan proses penyampaian informasi oleh pihak yang memiliki informasi tersebut. (pemilik informasi) kepada pihak lain yang membutuhkan informasi tersebut, yaitu investor. Informasi yang disajikan di sini memberikan gambaran umum mengenai situasi terkini dan prospek perusahaan, sehingga dapat menjadi dasar bagi investor dalam menilai kualitas serta kinerja perusahaan sebelum mengambil keputusan investasi.

Penelitian ini menggunakan *Signaling theory* sebagai landasan untuk menjelaskan keterkaitan antara *Leverage*, *Profitabilitas*, dan nilai perusahaan. Kebijakan perusahaan dalam memanfaatkan utang yang tercermin melalui *Leverage* dapat memberikan sinyal kepada investor mengenai keyakinan manajemen terhadap kemampuan perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Selain itu, *Profitabilitas* menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dan dengan demikian mencerminkan kondisi keuangan serta kinerjanya. Apabila perusahaan mampu menunjukkan tingkat *Leverage* yang dikelola dengan baik serta *Profitabilitas* yang tinggi, maka informasi tersebut akan dipersepsikan sebagai sinyal positif oleh investor. Meningkatnya kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan pada akhirnya dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Nilai suatu perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospeknya, sebagaimana tercermin dalam harga saham dan tingkat kepercayaan investor; salah satu indikator yang paling umum digunakan untuk mengukur hal ini adalah rasio *Price to Book Value* (PBV), yaitu perbandingan antara Harga pasar dibandingkan dengan nilai buku per saham. Semakin tinggi nilai PBV, semakin tinggi pula penilaian pasar terhadap perusahaan tersebut, yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menciptakan nilai yang signifikan bagi para pemegang sahamnya, sedangkan nilai PBV yang rendah menunjukkan penilaian pasar yang lebih rendah terhadap perusahaan tersebut. Dengan demikian, PBV dapat digunakan sebagai indikator untuk menentukan apakah suatu perusahaan dinilai terlalu rendah atau terlalu tinggi oleh investor, sehingga rasio ini relevan dalam tinjauan pustaka untuk menjelaskan hubungan antara kinerja fundamental perusahaan dan respons pasar (Imanullah & Syaichu, 2023).

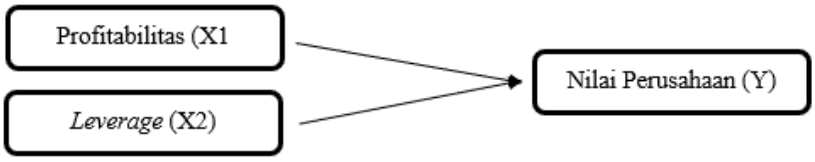
PBV = (Harga Saham per Lembar) / (Nilai Buku per Lembar Saham)

Profitabilitas merupakan adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan pendapatan melalui pemanfaatan sumber dayanya, seperti aset, modal, dan penjualan. Perusahaan yang memiliki tingkat *Profitabilitas* tinggi cenderung lebih menarik bagi investor karena dinilai memiliki prospek keuntungan yang baik, sehingga dapat meningkatkan permintaan terhadap saham dan menyebabkan kenaikan nilai perusahaan (Zakiah & Hasanatina, 2023). penelitian yang telah dilakukan oleh Miranda et al., (2026) membuktikan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengisyaratkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi aspek yang lebih diperhatikan oleh investor dibandingkan struktur pendanaan yang berasal dari utang dalam menentukan nilai perusahaan.

ROA = (Laba Bersih) / (Total Aset)

Leverage merupakan rasio keuangan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang sebagai sumber pendanaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Selain itu, rasio ini juga digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang (Putra & Gantino, 2021). *Leverage* adalah ukuran sejauh mana kegiatan operasional suatu perusahaan didukung oleh dana pinjaman. Dalam penelitian ini, *Leverage* diukur melalui rasio utang terhadap ekuitas (DER), yang membandingkan total utang perusahaan dengan total ekuitasnya.

DER = (Total Liabilitas) / (Total Ekuitas)



Gambar 1. Kerangka Konseptual Pengaruh *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

3. HIPOTESIS

Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan signaling theory Spence (1973), laba yang tinggi menunjukkan kepada investor bahwa prospek perusahaan akan baik, meningkatkan kepercayaan investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian terdahulu menemukan bahwa *Return on Assets*

(ROA) meningkatkan nilai perusahaan karena investor lebih tertarik untuk menanamkan modal. Dengan mempertimbangkan penjelasan ini, hipotesisnya adalah:

H1: *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Jensen & Meckling (1976) tentang agency theory, utang berfungsi sebagai pengawasan manajemen karena kewajiban pembayaran bunga membatasi aliran uang bebas yang dapat disalahgunakan. Hal ini ni dapat meningkatkan nilai bisnis dan mengurangi biaya keagenan.. Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda. Kusumaningrum & Iswara (2022) menemukan bahwa *Leverage* meningkatkan nilai perusahaan, sementara penelitian lain menemukan bahwa itu menurunkannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis berikut dibuat:

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan secara Simultan

Leverage dan *Profitabilitas* merupakan dua sinyal fundamental yang secara bersama-sama digunakan investor untuk menilai kondisi perusahaan. Penelitian terdahulu menemukan bahwa kedua variabel ini secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis:

H3: *Leverage* dan *Profitabilitas* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Populasi penelitian berjumlah 162 perusahaan, sedangkan sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu sehingga diperoleh 32 perusahaan dengan total 128 observasi.

Variabel *Profitabilitas* diukur menggunakan Return on Assets (ROA), *Leverage* diukur menggunakan Debt to Equity Ratio (DER), dan nilai perusahaan diukur menggunakan Price to Book Value (PBV). Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi EViews 14 dengan metode regresi data panel. Pemilihan model dilakukan melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier (LM), yang menunjukkan bahwa Random Effect Model (REM) merupakan model yang paling sesuai. Selanjutnya dilakukan uji multikolinearitas, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (Adjusted R^2) untuk menguji pengaruh variabel penelitian.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan simpangan baku. Analisis ini dilakukan menggunakan aplikasi EViews 14 SV terhadap 128 data observasi.

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Nilai Perusahaan (PBV)	128	0,002400	44,761900	4,794164	8,967655
Leverage (DER)	128	0,001300	0,331900	0,104390	0,066117
Profitabilitas (ROA)	128	0,072000	9,224200	1,197325	1,503372

Sumber: Hasil Output EViews 14, 2026.

Dari Tabel 1. diketahui bahwa variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum 4,794164, simpangan baku 8,967655, nilai maksimum 44,761900, dan nilai minimum 0,002400. Variabel *Leverage* memiliki nilai minimum 0,104390, standar deviasi 0,066117, nilai maksimum 0,331900, dan nilai minimum 0,001300. Sementara itu, variabel Pengembalian rata-rata sebesar 1,197325, simpangan baku 1,503372, nilai maksimum 9,224200, dan nilai minimum 0,072000.

Analisis Random Effect Model (REM)

Berdasarkan hasil pengujian pemilihan model regresi data panel melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier, diperoleh bahwa Random Effect Model (REM) merupakan model yang paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, analisis pengaruh *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan dilakukan menggunakan model tersebut.

Tabel 2. Analisis Random Effect Model (REM)

Variabel	Koefisien	Std.Error	t-*Statistic*	Prob.
Konstanta	3,373524	1,746670	1,931404	0,0557
ROA	16,419820	7,889257	2,081288	0,0394
DER	-0,245065	0,216177	-1,133630	0,2591

Sumber: Hasil Output EViews 14, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$PBV = 3{,}373524 + 16{,}419820\ ROA - 0{,}245065\ DER + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,373524, yang berarti apabila *Profitabilitas* dan *Leverage* dianggap konstan, maka nilai perusahaan diperkirakan sebesar 3,373524. Koefisien *Profitabilitas* sebesar 16,419820 menunjukkan bahwa peningkatan *Profitabilitas* akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, koefisien *Leverage* sebesar −0,245065 menunjukkan bahwa peningkatan *Leverage* cenderung menurunkan nilai perusahaan, meskipun pengaruhnya tidak signifikan.

Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mencari tahu apakah ada korelasi yang signifikan antara variabel independen dalam model. Selain itu, analisis regresi data panel digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	ROA	DER
ROA	1,000000	0,177282
DER	0,177282	1,000000

Sumber: Hasil Output EViews 14, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, Hasil dari olah data menunjukkan bahwa nilai korelasi yang ada antara variabel *Profitabilitas* (ROA) & *Leverage* (DER) yakni 0,177282. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,80, sehingga dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi dalam model penelitian dan variabel independen layak digunakan dalam analisis regresi.

Persamaan Regresi

Persamaan regresi merupakan model matematis yang digunakan untuk mengetahui hubungan serta arah pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini Pengaruh *Profitabilitas* (ROA) dan *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan dinilai dengan menggunakan persamaan regresi.

Tabel 4. Uji Persamaan Regresi

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-*Statistic*	Prob.
Konstanta (C)	3,373524	1,746670	1,931404	0,0557
Profitabilitas (ROA) (X_1)	16,419820	7,889257	2,081288	0,0394
Leverage (DER) (X_2)	0,245065	0,216177	-1,133630	0,2591

Sumber: Hasil Output EViews 14, 2026.

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, diperoleh persamaan sebagai berikut

$$Y= 3,37+16,41+0,24$$

Nilai konstanta sebesar 3,37 menunjukkan bahwa ketika ROA dan DER dianggap konstan, nilai perusahaan diperkirakan sebesar 3,37. Koefisien ROA sebesar 16,41 menunjukkan bahwa peningkatan *Profitabilitas* cenderung meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu, koefisien DER sebesar 0,24 memperlihatkan bagaimana peningkatan *Leverage* cenderung menurunkan nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Tujuan dari uji hipotesis parsial (uji-t) adalah untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel bebas, secara terpisah, terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah bahwa jika nilai p > 0,05, maka hipotesis nol (H0) diterima dan hipotesis alternatif (H1) ditolak, yang berarti bahwa variabel bebas yang bersangkutan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat ketika dianalisis secara individual.

Sebaliknya, apabila nilai probabilitas <0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen tersebut secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Berikut ini disajikan hasil dari pengujian hipotesis parsial tersebut:

Tabel 5. Uji t (Parsial)

Variabel	t-*Statistic*	Prob
ROA (X1)	2.081288	0.0394
DER (X2)	-1.133630	0.2591

Sumber: Hasil Output EViews 14, 2026.

Berdasarkan hasil uji-t, pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV) menghasilkan nilai t sebesar 2,081288 dan probabilitas sebesar 0,0394. Hasil ini menunjukkan bahwa probabilitasnya lebih kecil dari 0,05. Artinya, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima, sehingga *Profitabilitas* (ROA) secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan.

Uji hipotesis parsial terhadap *Leverage* (DER) dalam kaitannya dengan nilai perusahaan (PBV) menghasilkan nilai t sebesar -1,133630 dan nilai p sebesar 0,2591. Karena nilai p lebih besar dari 0,05, H0 diterima dan H1 ditolak. Dengan demikian, rasio utang terhadap ekuitas tidak memiliki pengaruh parsial terhadap rasio harga terhadap nilai buku.

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan (uji-F) digunakan untuk menentukan apakah semua variabel bebas secara kolektif berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan menggunakan nilai-F yang telah dihitung. Kriteria uji adalah sebagai berikut: Jika nilai probabilitas dari nilai-F yang dihitung lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti bahwa variabel-variabel bebas secara kolektif berpengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai probabilitas nilai F yang dihitung lebih besar dari 0,05, H0 diterima dan H1 ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara kolektif tidak memengaruhi variabel dependen. Berikut ini adalah hasil dari pengujian hipotesis simultan tersebut:

Tabel 6. Uji F

F-*statistic*	Prob (F-*statistic*)
2.867867	0.060566

Sumber: Hasil Output EViews 14, 2026.

Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan nilai *F-statistic* sebesar 2,867867 dan tingkat signifikansi sebesar 0,060566, yang menunjukkan bahwa tingkat signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Maka probabilitas dan *Leverage* tidak berpengaruh secara simultas terhadap nilai Perusahaan.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.043873
Adjust R-square	0.028575

Sumber: Hasil Output EViews 14, 2026.

Hasil dari tabel di atas dapat di lihat pengolahan data yang menggunakan *software Eviews*14. Menyatakan adjusted R-Squared bernilai 0.028575 atau 28,57% Dimana membuktikan bahwasannya nilai variable independent secara bersamaan dapat menguraikan variabel dependent yaitu nilai Perusahaan (PBV) sebesar 28,57% sedangkan 71,43% Sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel-variabel independen pada model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara Parsial

Berdasarkan hasil analisis parsial menggunakan perangkat lunak *Eviews* 14 untuk variabel *Profitabilitas* (ROA), diperoleh nilai t sebesar 2,081288 pada tingkat probabilitas 0,0394, di mana nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *Profitabilitas* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai t yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *Profitabilitas* suatu perusahaan, semakin tinggi pula nilainya. Temuan ini mengindikasikan bahwa *Profitabilitas*, yang diukur dengan ROA, memengaruhi nilai perusahaan, yang diukur dengan PBV. Hal ini sejalan dengan *signalling theory*, di mana tingkat *Profitabilitas* yang tinggi dianggap sebagai sinyal positif bagi investor mengenai prospek dan kinerja perusahaan ke depan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi dinilai memiliki kemampuan manajemen yang baik dalam mengelola sumber daya perusahaan, sehingga mendorong kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya. Meningkatnya minat investor terhadap saham perusahaan tersebut pada akhirnya akan mendorong kenaikan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Magdalena & Setyawan (2023) yang menyimpulkan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tingginya tingkat *Profitabilitas* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga memberikan sinyal positif kepada investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan secara Parsial

Berdasarkan hasil analisis parsial menggunakan perangkat lunak Eviews 14 untuk variabel *Leverage* (DER), diperoleh nilai t sebesar -1,133630 pada tingkat probabilitas 0,2591, di mana nilai probabilitas tersebut lebih besar daripada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Leverage* terhadap ekuitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, *Leverage* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat *Leverage* yang dimiliki perusahaan tidak serta-merta memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan tersebut. Kondisi ini dapat dijelaskan karena investor cenderung tidak hanya melihat besarnya proporsi utang yang digunakan perusahaan, melainkan juga mempertimbangkan bagaimana utang tersebut dikelola dan dimanfaatkan secara efektif untuk kegiatan operasional maupun ekspansi usaha. Selain itu, penggunaan utang yang tinggi juga membawa risiko finansial berupa kewajiban pembayaran bunga dan pokok pinjaman yang dapat membebani arus kas perusahaan, sehingga investor menilai *Leverage* bukan sebagai faktor utama dalam menentukan nilai perusahaan, melainkan lebih memperhatikan faktor-faktor lain seperti *Profitabilitas* dan kinerja operasional perusahaan. Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Precia & Setyawan (2023) yang menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena penggunaan utang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap tingkat risiko perusahaan. Namun, besarnya pengaruh *Leverage* dapat berbeda pada setiap sektor dan karakteristik perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan secara Simultan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai Prob (F-*statistic*) sebesar 0,060566, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Profitabilitas* dan *Leverage* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel belum mampu menjelaskan perubahan nilai perusahaan secara bersama-sama. Hal ini juga didukung oleh nilai Adjusted R-Squared sebesar 0,028575, yang berarti *Profitabilitas* dan *Leverage* hanya mampu menjelaskan 2,86% variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut hasil analisis dan penelitian yang dilakukan menggunakan metode regression data panel mengenai bagaimana profitability dan *Leverage* mempengaruhi nilai bisnis dalam industri manufaktur konsumen *Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2021 hingga 2024, dapat disimpulkan bahwa jika *Profitabilitas* suatu perusahaan meningkat, nilai perusahaan juga meningkat. Sebaliknya *Leverage* berdampak negatif pada nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa meningkatkan penggunaan utang mungkin menurunkan nilai perusahaan karena risiko kegagalan finansial. Selain itu, hasil dari analisis simultan menunjukkan bahwa *Profitabilitas* dan *Leverage* berdampak pada nilai perusahaan dalam industri konsumen *Non-Cyclical* manufacturing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2021 hingga 2022. Akibatnya, jika perusahaan ingin meningkatkan keuntungan mereka, mereka harus mempertimbangkan dua variabel yang disebutkan sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan *Profitabilitas* melalui pengelolaan aset yang lebih efektif dan efisien. Perusahaan juga perlu meningkatkan kinerja operasional, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, serta menerapkan strategi bisnis yang mampu mendorong pertumbuhan laba secara berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Meskipun *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, perusahaan tetap perlu mengelola struktur modal secara bijaksana dengan menjaga rasio utang pada tingkat yang optimal. Penggunaan utang sebaiknya diarahkan pada kegiatan produktif yang mampu meningkatkan kinerja perusahaan tanpa menimbulkan risiko keuangan yang berlebihan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi nilai perusahaan, seperti ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, atau tata kelola perusahaan, serta memperpanjang periode pengamatan dan memperluas cakupan sampel agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

Anggriyani, Priskila Septyan, Andhika Ryan Priyatama, Dian Prawitasari, Vicky Oktavia, and Suhita Setyahuni Whini. 2026. "Nilai Perusahaan Pada Industri Consumer *Non-Cyclical*s: Peran *Profitabilitas, Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Periode 2021-2024."

Dianova, Agustina, and R. Paulus Widyalasmono Ws. 2024. "Pengaruh *Leverage* Dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan." 4(1):2645–53. doi:https://doi.org/10.56799/jceki.v4i1.6916.

Imanullah, Wahyu Rachmaditya, and Muhamad Syaichu. 2023. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2015-2019.” 12:1–14.

Jensen, Michael C., and William H. Meckling. 1976. “THEORY OF THE FIRM: MANAGERIAL BEHAVIOR, AGENCY COSTS AND OWNERSHIP STRUCTURE.” *Journal of Financial Economics* 3:305–60. doi:http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X.

Kusumaningrum, Diyah Putri, and Ulfah Setia Iswara. 2022. “PENGARUH *PROFITABILITAS*, *LEVERAGE*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.” 295–312. doi:10.24034/jiaku.v1i3.5509.

Magdalena, Juliana, and Ignatius Roni Setyawan. 2023. “PENGARUH *PROFITABILITAS* DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI PERIODE 2018-2021.” 05(02):402–10.

Meirisa, Faradila. 2024. “EFEK MEDIASI KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP HUBUNGAN STRUKTUR MODAL DENGAN NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN CONSUMER NON CYCLICAL.”

Miranda, Basilio Franca Pereira, Aftoni Sutanto, and Salamatun Asakdiyah. 2026. “Pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” 5(1):3218–24.

Pratama, M. Yudha, and Fitra Dharma. 2023. “Pengaruh *Leverage* , *Profitabilitas* Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.” 1(5).

Precia, Yolenta, and gnatius Roni Setyawan. 2023. “PENGARUH KEBERADAAN DIREKSI WANITA, *LEVERAGE*, DAN *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.” 05(03):814–22.

Putra, Rafi Dima, and Rilla Gantino. 2021. “Pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” 11(1):81–96.

Rismaya, Ramdan, and Kasir. 2024. “Pengaruh Return on Asset, Current Ratio, Dan Debt to Asset Ratio Terhadap Nilai Perusahaan.”

Spence, Michael. 1973. “Job Market Signaling.” *Quarterly Journal of Economics* 355–74.

Stepani, Putri Nadia, and Lucky Nugroho. 2023. “Pengaruh *Profitabilitas* , Likuiditas , *Leverage* , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Consumer *Non-Cyclical*s Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021.” 3(3):194–205. doi:10.47065/jtear.v3i3.551.

Zakiah, Wisnu Mawardi, and Foza Hadyu Hasanatina. 2023. “PENGARUH *PROFITABILITAS*, *LEVERAGE*, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2021).” 12(1995):1–13.