

Analisis Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclycals*

Putu Atim Purwaningrat ⁽¹⁾

I Gusti Agung Arista Pradnyani ⁽²⁾

⁽¹⁾Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia, Indonesia

⁽²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Indonesia

Email: purwaningrat@unhi.ac.id

Diterima: 25 Juni 2024

Direvisi: 16 Agustus 2024

Disetujui: 22 Agustus 2024

ABSTRACT

Researchers are interested in investigating the influence of liquidity, leverage and profitability on company value in Indonesia, especially in noncyclical consumer companies. The noncyclical consumer sector was chosen because its products or services directly meet the needs of final consumers, so they have a direct impact on consumer needs. This research aims to determine the effect of liquidity, leverage and profitability on company value in noncyclical consumer companies. The type of research used is associative research. The data used in this research is secondary data obtained from the official BEI website (www.idx.co.id). The data collection method uses documentation and literature study methods. The population of this study includes all shares of non-cyclical consumer sector companies listed on the IDX main board during the 2018-2022 period. The number of samples during the research period was 39 companies. The data analysis used is quantitative analysis. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS application. The research results together show that the variables liquidity, leverage and profitability have a significant positive effect on the value of non-cyclical consumer sector companies on the Indonesia Stock Exchange. Liquidity has a positive and significant effect on company value, leverage has a positive and significant effect on company value, while profitability has a negative and significant effect on company value.

Keywords: *Value Company; Liquidity; Leverage; Profitability*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di Indonesia, khususnya pada perusahaan *consumer noncyclical*. Sektor *consumer noncyclical* dipilih karena produk atau jasanya langsung memenuhi kebutuhan konsumen akhir, sehingga memiliki dampak langsung pada kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh likuiditas, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer noncyclical*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi BEI (www.idx.co.id). Metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dan studi pustaka. Populasi penelitian ini meliputi seluruh saham perusahaan sektor konsumen non-siklikal yang terdaftar di papan utama BEI selama periode 2018-2022. Jumlah sampel selama periode penelitian adalah 39 perusahaan. Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi spss. Hasil penelitian secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel likuiditas, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sektor konsumen non-siklis di Bursa Efek Indonesia. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan, leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan; Likuiditas; Leverage; Profitabilitas

Pendahuluan

Perusahaan umumnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang dalam proses operasinya. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba setiap periode dengan menggunakan sumber daya yang efektif. Sementara itu, tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk menjaga kelangsungan usaha dan meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan akan memberikan manfaat bagi pemegang saham karena nilai tersebut tercermin dalam harga saham perusahaan. Selain mencerminkan kinerja saat ini, nilai perusahaan juga mencerminkan prospek masa depan (Putra, 2017). Suatu perusahaan pada umumnya dikatakan baik jika rasio harga terhadap nilai bukunya lebih dari satu, hal ini terlihat dari nilai pasar saham yang melebihi nilai bukunya. Tingginya price to book value perusahaan mencerminkan tingginya tingkat kesejahteraan pemegang saham yang merupakan tujuan utamanya (Oktarini *et al.*, 2020). Evaluasi kinerja keuangan perusahaan seringkali melibatkan rasio-rasio keuangan seperti likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas. Analisis atau investor dapat menggunakan rasio-rasio ini untuk membuat keputusan investasi yang bijaksana, memutuskan apakah akan melanjutkan atau menghentikan investasi mereka di perusahaan tersebut, untuk menghindari potensi kerugian akibat kinerja keuangan yang buruk.

Ketersediaan likuiditas sangat signifikan bagi perusahaan karena memungkinkan mereka untuk memenuhi kewajiban keuangan tepat waktu, seperti pembayaran hutang dan gaji karyawan (Sukarya dan Baskara, 2018). Likuiditas diyakini memiliki dampak langsung pada nilai Perusahaan. Di satu sisi, rasio likuiditas yang tinggi meningkatkan kemungkinan pembayaran utang sementara di sisi lain, rasio likuiditas yang rendah menurunkan kemungkinan tersebut. Oleh karena itu, manajemen yang cerdas dalam mengelola likuiditas menjadi kunci untuk memperbesar pengaruh positifnya terhadap nilai perusahaan (Sjahrudin dan Jannah, 2022).

Perusahaan dengan tingkat hutang yang tinggi menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban di masa mendatang, yang dapat mengurangi ketidakpastian investor terkait dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pengembalian atas modal yang diinvestasikan (Brigham dan Houston, 2011). Selain itu, peningkatan permintaan atas saham perusahaan di pasar saham dapat berdampak pada kenaikan harga saham perusahaan tersebut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan yang bersangkutan.

Profitabilitas yang tinggi cenderung menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih baik. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa laba yang tinggi menandakan kinerja yang baik, pertumbuhan potensial, dan kemampuan untuk menghasilkan aliran kas yang kuat (Aldi *et al.*, 2020). Selain sebagai indikator kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya, laba perusahaan juga merupakan faktor dalam penentuan nilai perusahaan, yang mencerminkan prospek perusahaan di masa depan.

Sektor *consumer non-cyclicals* merupakan salah satu sektor saham yang ada di BEI. Berdasarkan website resmi BEI (2023), perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals*, merupakan produsen ataupun distributor barang dan jasa yang dijual pada konsumen serta sifatnya cenderung stabil tanpa dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi. Perubahan ini terkait dengan Surat Edaran Nomor: SE00006/BEI/10-2020 yang menggantikan Jakarta Stock Industrial Classification (JASICA) dengan IDX Industrial Classification (IDX-IC). Saat ini terdapat 58 perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat pada papan utama di BEI.

Sektor *consumer non-cyclicals* mencakup produksi dan distribusi produk serta jasa yang diperjualbelikan pada konsumen, misalnya pengecer barang konsumen primer, makanan kemasan, produsen minuman, penjual produk pertanian, barang rumah tangga, produsen rokok, serta produk perawatan pribadi (Arsita dan Sihombing, 2021). Surtiningsih dan Wijaksana (2015) menyebutkan bahwa karena tidak terpengaruh oleh kondisi perekonomian yang negatif dan karena produk yang ditawarkan merupakan kebutuhan pokok untuk kehidupan sehari-hari, sektor konsumen non-siklus memiliki masa depan yang cerah. Penegasan Utami *et al.* (2021) bahwa sektor konsumen tangguh dan mampu bertahan dalam krisis mendukung hal tersebut. Sektor ini cenderung mempertahankan harga sahamnya bahkan saat terjadi fluktuasi ekonomi (Esthirahayu *et al.*, 2014).

Pergerakan IHSG bisa menjadi acuan bagi investor untuk mengukur tingkat return saham baik dalam satu waktu maupun dalam periode tertentu. Berikut data perbandingan IHSG dengan rata-rata harga saham sektor *consumer non-cyclicals* yang menjadi acuan dalam perhitungan return saham dapat dilihat pada Gambar 1. Gambar 1. menunjukkan bahwa pergerakan rata-rata harga saham pada sektor *consumer non-cyclicals* mengalami penurunan berturut-turut selama 5 tahun terakhir. Tercatat pada tahun 2020 harga rata-rata sektor *consumer non-cyclicals* mengalami penurunan terendahnya yakni dari Rp. 3.999 pada tahun 2019 menjadi Penurunan terus berlanjut hingga tahun 2022 dengan return berturut-turut sejak 2018-2022 yakni sebesar 2,51%, -17,41%, -19,09%, -17,51% dan -8,51%. Sedangkan melihat pergerakan IHSG pergerakannya cukup stabil selama 5 tahun terakhir. Melihat fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa pergerakan rata-rata

harga saham sektor *consumer noncyclicals* mengalami penurunan selama 5 tahun berturut-turut. Pergerakan tersebut membuat investor harus lebih berhati-hati dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi return saham agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi termasuk analisis rasio untuk mengetahui kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan baik yang mampu memberikan return saham yang tinggi dan begitu pula sebaliknya.



Gambar 1. Grafik perbandingan IHSIG dengan rata-rata harga saham sektor *consumer non-cyclicals* periode 2018-2022

Sumber: data diolah, 2024

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di Indonesia, khususnya pada perusahaan *consumer noncyclicals*. Sektor *consumer noncyclicals* dipilih karena produk atau jasanya langsung memenuhi kebutuhan konsumen akhir, sehingga memiliki dampak langsung pada kebutuhan konsumen.

Brigham dan Houston (2019: 500) mengatakan cara manajemen perusahaan berperilaku untuk menampilkan prospek bisnis kepada investor dijelaskan oleh teori sinyal. Teori sinyal menunjukkan perlunya kesetaraan pengetahuan yang dimiliki oleh investor dan manajemen. Secara umum, manajer mengetahui lebih banyak tentang status perusahaan dibandingkan pemegang saham dan investor. Jika perusahaan berada dalam kondisi yang baik, informasi ini dapat dilihat sebagai sinyal yang menunjukkan potensi bagi investor. Perusahaan diharapkan dapat menunjukkan kemampuan pengelolaan sumber dayanya sebagai respons terhadap sinyal positif baik dari investor saat ini maupun calon investor. Nilai perusahaan pada akhirnya akan meningkat karena investor semakin tertarik untuk menanamkan modalnya dan mempercayakan sumber daya yang dimilikinya. Hal ini juga kemungkinan akan menaikkan harga pasar saham perseroan.

Nilai perusahaan (*pricing to book value*) dipandang sebagai penilaian pemegang saham terhadap perusahaan dan berkorelasi dengan harga saham (Sukarya dan Baskara, 2018). Ketika sebuah perusahaan dijual, nilainya sering ditutupi oleh pembeli. Meningkatkan nilai perusahaan adalah melakukan bisnis untuk pemegang saham. Menurut Sukarya dan Baskara (2018), *pricing to*

book value dipandang sebagai evaluasi perusahaan. Salah satu metode penilaian yang menggunakan pelaporan keuangan perusahaan adalah *pricing to book value*. Elemen non-keuangan seperti keunggulan kompetitif, inovasi, dan citra merek belum tentu terwakili dalam nilai buku saham. Dengan demikian, PBV hanya menawarkan sebagian dari total nilai perusahaan.

$$PBV = \frac{\text{harga per lembar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}} \times 100\%$$

Kemampuan perusahaan dalam melunasi utang jangka pendeknya ditunjukkan oleh rasio likuiditas. *Current Ratio* (CR) merupakan rasio likuiditas yang digunakan dalam penelitian ini. Kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendek dengan aset lancar dijelaskan oleh CR. Selain itu, CR digunakan sebagai cadangan dana lancar dan penyangga kerugian; semakin besar nilai CR maka semakin baik kinerja likuiditas perusahaan dan semakin rendah risiko yang diambil investor. Karena rasio lancar yang tinggi menunjukkan kelebihan aset lancar sehingga berdampak buruk bagi profitabilitas perusahaan karena aset lancar memberikan return yang lebih rendah dibandingkan aset tetap, maka semakin besar rasio lancar (CR) maka semakin sedikit pula laba bersih yang diperoleh perusahaan (Mamduh dan Halim, 2003). Pengukuran likuiditas dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}}$$

Leverage ratio (rasio utang) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan utang dan juga untuk mengukur kemampuan perusahaan pada saat membayar seluruh kewajiban baik jangka pendek maupun jangka panjang jika perusahaan dilikuidasi. Perusahaan dengan hutang yang besar mengandalkan keuangan luar untuk mengakuisisi saham (Bagaskara *et al.*, 2021). Perusahaan dengan hutang yang sangat besar berisiko karena terkena pengaruh yang parah, yang sulit untuk ditarik keluar. Pengukuran leverage dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

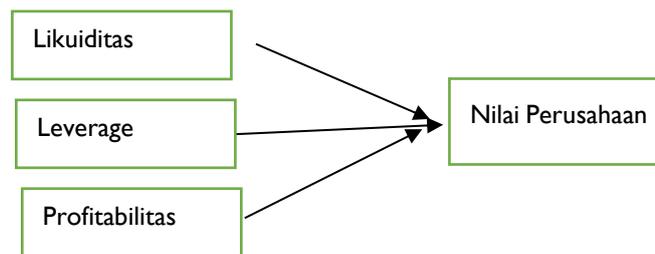
$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Ross, *et al* (2012:62) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memberikan ukuran tingkat efektivitas

manajemen perusahaan. Profitabilitas mengacu pada kapasitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan selama periode yang lama. Bisnis yang menguntungkan menghasilkan nilai perusahaan yang unggul. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pendapatan yang besar menunjukkan arus kas yang kuat, pertumbuhan prospektif, dan kinerja yang baik (Aldi et al., 2020). Kemungkinan perusahaan untuk membayar dividen meningkat seiring dengan meningkatnya profitabilitasnya. Tentu saja hal ini dapat menarik investor dan meningkatkan valuasi perusahaan. Pengukuran profitabilitas dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal saham}}$$

Model penelitian ini mengkaji implikasi likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan *consumer noncyclicals*. Adapun model penelitian ini sebagaimana yang tergambar dalam diagram dibawah ini.



Gambar 2. Kerangka Berfikir

Berdasarkan kajian teori dan kajian empiris di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis H₁ yaitu Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer noncyclicals*, H₂ yaitu *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer noncyclicals*, dan H₃ Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer noncyclicals*.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini mencakup semua saham perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat pada papan utama di BEI selama periode 2018-2022. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Berikut kriteria pemilihan sampel: (1) Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang mempublikasikan laporan keuangan lengkap selama periode penelitian 2018 – 2022 (2) Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* telah listing sejak 2017 (3) Perusahaan tidak mengalami suspensi, *delisting* maupun

go private selama periode penelitian 2018 – 2022 (4) Perusahaan yang sahamnya tidur atau tidak aktif selama periode penelitian 2018 – 2022. Sehingga jumlah sampel selama periode penelitian sebanyak 39 perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dokumentasi dan studi kepustakaan. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *test statistic* sebesar 0.071 dan nilai *asympt.sig (2-tailed)* sebesar 0.200 yang menunjukkan lebih besar dari 0.05. hal ini berarti data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,57250975
Most Extreme Differences	Absolute	0,071
	Positive	0,040
	Negative	-0,071
Test Statistic		0,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{cd}

Sumber: data diolah, 2024

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 2. menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk masing-masing variabel bebas dalam penelitian ini lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hal ini berarti model yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Tolerance	Statistics
1	(Constant)	VIF
	CR	0,891
	DER	0,425
	ROE	0,459
		1,122
		2,350
		2,177

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *dw* sebesar 1.862 dan nilai *du* sebesar 1.8187 sehingga nilai $dU < DW < 4-dU$ atau $1,7965 < 1,845 < 2,2035$. Hal ini menunjukkan tidak terjadi autokorelasi dalam model penelitian yang digunakan.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,845

Sumber : data diolah, 2024

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4. menunjukkan bahwa semua model dalam penelitian ini masing-masing memiliki nilai sig. yang lebih besar dari 0.05. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	149,841	16,395		9,139	0,000
	CR	-0,056	0,037	-0,113	-1,511	0,132
	DER	0,064	0,038	0,180	1,661	0,098
	ROE	0,125	0,282	0,046	0,443	0,658

Sumber: data diolah, 2024

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 21,902 dan nilai signifikansinya 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini dapat dikatakan model dalam penelitian ini dikatakan layak digunakan untuk memprediksi Nilai Perusahaan.

Tabel 5. Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	21,902	0,000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: sumber data, 2024

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 0,244. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Nilai Perusahaan mampu dijelaskan sebesar 24,4% oleh variabel CR, DER, dan ROE. Sedangkan sisanya sebesar 75.6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Hal ini dapat terjadi mengingat banyaknya faktor lain yang mempengaruhi nilai Perusahaan contohnya Pertumbuhan Aset, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, dan lain-lain.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,506 ^a	0,256	0,244	96,35799

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 7. Hasil Uji t (Persamaan/ Model 1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	161,202	13,158		12,251	0,000
	CR	0,061	0,030	0,137	2,065	0,040
	DER	0,112	0,031	0,350	3,653	0,000
	ROE	-0,508	0,226	-0,207	-2,249	0,026

Sumber: Data diolah (2024)

Hasil uji t menunjukkan bahwa likuiditas dengan pengukuran *current ratio* memiliki nilai t sebesar 2,065 dengan nilai signifikansi 0,040 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer noncyclicals* sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil ini berarti semakin tinggi rasio likuiditas maka semakin tinggi nilai perusahaan. Rasio likuiditas menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat menggunakan asetnya untuk membayar utangnya. Investor melihat kinerja perusahaan lebih tinggi ketika terdapat cukup uang tunai untuk menutupi operasi, investasi, dan pembayaran dividen. Nilai pasar suatu perusahaan akan meningkat sebagai respons terhadap peningkatan permintaan investor terhadap sahamnya, yang juga mencerminkan tingginya nilai bisnis yang mendasarinya. Hasil penelitian ini menegaskan analisis yang dilakukan oleh Ferdila *et al.*, (2023), Oktaviarni (2019), Liesanti (2024). Namun memiliki pandangan yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini *et al.*, (2020) yang mengungkapkan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tabel 7. Hasil uji t menunjukkan bahwa leverage dengan pengukuran DER memiliki nilai t sebesar 3,653 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer noncyclicals* sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil ini berarti semakin tinggi rasio *Leverage* maka semakin tinggi nilai Perusahaan. Ini menunjukkan bahwa suatu perusahaan yang memiliki nilai leverage yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung *signaling theory* bahwa peningkatan leverage dapat memberikan dua jenis sinyal, yaitu berita baik (*good news*) dan berita buruk (*bad news*). Kebijakan keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh nilai DER. Manajemen dapat memilih untuk menghimpun dana tunai dalam bentuk saham atau utang dalam bentuk obligasi. Ketika manfaat penghematan pajak atas biaya modal mencapai maksimum, maka utang optimal tercapai. Sampai pada titik di mana keuntungan dari penghematan pajak melebihi biaya modal, perusahaan akan tetap berhutang. Namun, jika utang terus bertambah, akan tiba saatnya biaya modal melebihi jumlah penghematan pajak karena biaya modal meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah pinjaman. Hasil penelitian ini menegaskan analisis yang dilakukan oleh Munzir *et al.*, (2023) Oktaviarni (2019), Septiana dan Zulkifli (2024). Namun memiliki pandangan yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Eni dan Rahkmanita (2024) yang mengungkapkan bahwa DER tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa profitabilitas dengan pengukuran ROE memiliki nilai t sebesar -2,249 dengan nilai signifikansi 0,026 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif pada nilai Perusahaan sehingga hipotesis ketiga ditolak.

Hasil ini berarti tinggi rasio profitabilitas yang mampu dihasilkan perusahaan maka semakin rendah Nilai Perusahaan. Ketika laba perusahaan meningkat, peningkatan profitabilitas akan menurunkan nilainya karena laba dipegang oleh perusahaan dan tidak ditransfer ke pemegang saham. Hal ini akan ditafsirkan oleh investor sebagai tanda peringatan yang akan menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menegaskan analisis yang dilakukan oleh Anggraini dan Yudiantoro (2023), Manulang dan Wiyani (2024), Septiandini dan Djawonto (2024). Namun memiliki pandangan yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Siahaan dan Herijawati (2023) yang mengungkapkan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa likuiditas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Saran yang dapat diberikan bagi perusahaan dalam hal ini sektor *consumer non-cyclicals*, adalah agar memperhatikan nilai likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas perusahaan karena dengan mempertahankan Nilai perusahaan yang baik maka akan meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan agar menambah variabel, menggunakan indikator lainnya yang relevan dan menambah jumlah sampel yang lebih banyak dari jumlah sampel pada penelitian ini, untuk hasil yang didapatkan menjadi lebih baik.

Daftar Pustaka

- Aldi, M. F., Erlina, E., & Amalia, K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap NILAI Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2018. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(1), 264-276.
- Anggraini, S., & Widhiastuti, R. N. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Dan Aktvitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015–2018. *Jurnal Kompleksitas*, 9(11), 1-11.
- Anggraini, A., & Yudiantoro, D. (2023). Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Sektor Industri Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 189-201.
- Arsita, Y., & Sihombing, P. (2021). Analysis of the Effect of Financial Ratio on Stock Returns of Non Cyclicals Consumer Companies Listed on IDX 2015-2020. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(9), 1086-1096.

- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021, January). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. In *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 1, pp. 29-38).
- Eni, C., & Rakhmanita, A. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 662-677.
- Ferdila, F., Mustika, I., & Martina, S. (2023). Pengaruh Firm Size, Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3274-3284.
- Liesanti, V. (2024). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industrials Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 9(2).
- Mamduh M. Hanafi., Abdul Halim. 2003. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1, UPP AMP YKPN: Yogyakarta
- Manullang, M. H., & Wiyani, N. T. (2024). Pengaruh Roi, Roe, Dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan Properti Dan Real Estate Di Indonesia Periode 2020-2022. *Jutekbidik: Jurnal Teknologi, Bisnis & Pendidikan*, 2(1), 33-48.
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer goods: Pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dimediasi oleh corporate social responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 153-165.
- Ross, S.A, et al. (2012). *Corporate Finance Fundamentals 9th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Septiana, A., & Zulkifli, Z. (2024). Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 24(1).
- Septiandini, Y., & Djawoto, D. (2024). Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Tambang Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 13(2).
- Siahaan, D. B., & Herijawati, E. (2023). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 1742-1751.
- Sjahrudin, H., & Jannah, N. A. N. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Niagawan*, 11(1), 1-10.
- Sukarya, I. P., & Baskara, I. G. K. (2018). *Pengaruh profitabilitas, leverage, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan sub sektor food and beverages* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Surtiningsih, D. M. D., & Wijaksana, T. I. (2015). Pengaruh Corporate Social Disclosure Index (csdi) Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Industry Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2013. *eProceedings of Management*, 2(3).
- Oktarini, L. N., Purwaningrat, P. A., & Pratiwi, K. A. (2020). Dapatkah Keputusan Investasi Memediasi Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(2), 151-159.
- Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, B. (2019). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal akuntansi*, 9(1), 1-16.