

Analysis of Profitability, Leverage, Liquidity, and Company Size on Company Value

Analisis Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Steward Tjia¹, Sufiyati²

S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara

¹steward.125220215@stu.untar.ac.id, ²sufiyati@fe.untar.ac.id

Abstract

This study examines the significance of profitability, leverage, liquidity, and firm size on firm value in the primary consumer industry listed on IDX for the period 2021–2024. The application of the purposive sampling method in sample selection resulted in 76 units of observation. Secondary data were obtained from annual financial reports published through the official website of the Indonesia Stock Exchange as well as each company's respective website. Multiple linear regression analysis was employed as the primary testing method in this study, with data computation processed using SPSS software version 27. To ensure the feasibility of the model, the testing was complemented by a series of classical assumption tests, including normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation tests. The results reveal that profitability and liquidity have a positive and significant effect on firm value, while leverage shows no significant effect, and firm size is proven to have a negative and significant effect. These findings imply that investors in the Consumer Non-Cyclical sector should consider profitability and liquidity as key indicators in evaluating investment decisions, while management is expected to optimize asset utilization and maintain a healthy liquidity level in order to sustain and enhance firm value on an ongoing basis.

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

Abstrak

Penelitian ini menguji signifikansi peran profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri konsumen primer di BEI untuk rentang waktu 2021–2024. Penerapan metode *purposive sampling* dalam pemilihan sampel menghasilkan 76 unit pengamatan. Melalui laman resmi Bursa Efek Indonesia serta situs web masing-masing perusahaan, data sekunder diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan. Analisis regresi linear berganda diterapkan sebagai metode pengujian utama dalam penelitian ini, dengan proses komputasi data yang dijalankan melalui perangkat lunak SPSS versi 27. Guna memastikan kelayakan model, pengujian tersebut dilengkapi dengan serangkaian uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta autokorelasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara *leverage* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh negatif dan signifikan. Hasil ini mengimplikasikan bahwa investor di sektor *Consumer Non-Cyclical* sebaiknya menjadikan profitabilitas dan likuiditas sebagai indikator utama dalam mengevaluasi keputusan investasi, sementara pihak manajemen diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan aset serta menjaga tingkat likuiditas yang sehat guna mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Firm Size.

1. Pendahuluan

Pasar modal memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Perusahaan yang tercatat di pasar modal pada umumnya memiliki tujuan jangka panjang, yaitu meningkatkan nilai perusahaan secara optimal. Antari, Endiana, dan Pramesti (2022) menyatakan bahwa nilai perusahaan mengilustrasikan ekspektasi investor atas efektivitas tata kelola

operasional emiten. Bentuk nyata dari penilaian kolektif pasar ini terlihat melalui tren harga saham yang terbentuk di pasar modal. Tingginya nilai perusahaan dipandang sebagai sinyal positif oleh investor karena mencerminkan kondisi perusahaan saat ini maupun prospeknya di masa depan, sehingga mendorong minat investasi sekaligus meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Oleh sebab itu, upaya menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan menjadi tanggung jawab penting bagi manajemen agar kepercayaan investor tetap terpelihara dan minat investasi terhadap perusahaan terus meningkat. Kepercayaan pasar terhadap kondisi perusahaan saat ini maupun prospeknya di masa depan dinilai semakin kuat seiring dengan meningkatnya nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai gambaran persepsi investor atas keberhasilan perusahaan dalam mengelola kinerjanya, yang pada akhirnya tercermin melalui pergerakan harga saham yang diperdagangkan di pasar modal (Antari, Endiana, & Pramesti, 2022). Antari, Endiana, dan Pramesti (2022) mengemukakan bahwa harga saham merupakan cerminan nyata dari nilai pasar perusahaan yang digerakkan oleh cara pandang investor. Pandangan tersebut dibentuk oleh kombinasi berbagai faktor internal yang memperlihatkan sejauh mana perusahaan mampu mengelola dan mempertahankan stabilitas kinerjanya.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, di antaranya profitabilitas yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara efektif (Brigham & Houston, 2021). Semakin tinggi profitabilitas, semakin besar pula kepercayaan investor terhadap kinerja manajemen (Carolin & Susilawati, 2023). Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, karena kondisi tersebut mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola aset perusahaan secara efektif dan efisien.

Leverage merefleksikan seberapa besar korporasi mendayagunakan instrumen pinjaman guna mendanai aktivitas komersialnya. Fahmi (2020) mengemukakan bahwa penataan porsi utang secara proporsional mampu memicu insentif fiskal berupa *tax shield*, yang pada tahap berikutnya mengoptimalkan volume likuiditas kas sekaligus mendongkrak nilai pasar entitas. Likuiditas menunjukkan kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek secara tepat waktu, dan perusahaan dengan likuiditas yang baik dinilai memiliki kondisi keuangan jangka pendek yang sehat (Kieso et al., 2024). Hal ini memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kesehatan keuangan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor, mendorong kenaikan harga saham, dan meningkatkan nilai perusahaan.

Kemampuan yang lebih tangguh dalam menavigasi kompetisi pasar serta fleksibilitas dalam merambah berbagai sumber permodalan umumnya menjadi ciri khas dari korporasi berskala masif. Menurut Fitri & Haryati (2023), ukuran perusahaan merefleksikan cakupan operasional perusahaan yang indikator utamanya dapat diukur berdasarkan akumulasi total aktiva yang dimiliki.

Sektor *Consumer Non-Cyclical* merupakan kelompok industri yang bergerak di bidang pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari, mencakup sub-sektor seperti makanan dan minuman, produk rumah tangga, pertanian, hingga tembakau. Karakteristik ini berdampak langsung pada konsistensi kinerja keuangan perusahaan dalam sektor tersebut, di mana profitabilitas relatif terjaga, tingkat likuiditas cenderung tinggi akibat perputaran produk yang stabil, serta penggunaan leverage yang lebih terkendali karena kebutuhan pendanaan operasional tidak terlalu bergantung pada utang. Sektor *consumer non-cyclical* yang dicirikan oleh stabilitas

fundamental keuangannya menjadikan industri ini sebagai objek penelitian yang sangat representatif. Penelitian ini menganalisa pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, serta ukuran perusahaan dalam mengonstruksi nilai perusahaan.

2. Kajian Teori

Signaling Theory menjelaskan bagaimana salah satu pihak yang memiliki informasi lebih, dapat secara kredibel menyampaikan informasi tersebut kepada pihak lain guna mengatasi masalah asimetri informasi (Spence, 1973). Dalam konteks perusahaan yang terdaftar di pasar modal, manajemen sebagai pihak yang memiliki informasi internal lebih lengkap berkewajiban menyampaikan informasi tersebut kepada investor melalui publikasi laporan keuangan. Informasi yang disampaikan dapat ditafsirkan sebagai sinyal positif maupun negatif oleh pelaku pasar, yang selanjutnya memengaruhi keputusan investasi serta aktivitas perdagangan saham (Nur, Suciyanti, Winarti, & Azmi, 2024). Fluktuasi nilai perusahaan pada dasarnya dipengaruhi oleh cara investor merespons informasi keuangan. Penilaian pelaku pasar terhadap kinerja dan proyeksi masa depan emiten ini didasarkan pada sinyal dari laporan keuangan, beberapa indikatornya yaitu profitabilitas, *leverage*, likuiditas, serta ukuran perusahaan .

Jensen & Meckling (1976) merupakan tokoh yang memformulasikan teori agensi untuk menguraikan bentuk interaksi kontraktual di dalam korporasi. Konsep ini memetakan hubungan kerja antara investor yang bertindak selaku prinsipal dengan pihak manajerial yang memegang peran sebagai agen. Pemisahan fungsi antara pemegang saham dan pihak pelaksana operasional terjadi akibat adanya pendelegasian wewenang. Dalam hal ini, pemilik modal memercayakan seluruh jalannya aktivitas bisnis korporasi untuk dikendalikan sepenuhnya oleh pihak manajerial. Pemisahan fungsi ini berpotensi menimbulkan konflik kepentingan antara kedua pihak, karena pemilik modal berkepentingan atas maksimalnya pengembalian investasi, sementara manajemen sebagai agen berkepentingan untuk memperoleh imbalan yang tinggi atas kinerjanya, di mana imbalan tersebut pada dasarnya merupakan biaya bisnis yang mengurangi pendapatan pemilik modal. Konflik ini semakin diperparah oleh adanya asimetri informasi, yakni kondisi di mana manajemen memiliki akses informasi internal yang lebih lengkap dibandingkan pemegang saham. Dalam perspektif teori agensi, manajemen dituntut untuk mengelola sumber daya perusahaan, termasuk profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan *firm size* secara transparan dan bertanggung jawab demi kepentingan pemegang saham, sehingga konflik keagenan dapat diminimalkan dan nilai perusahaan dapat dimaksimalkan (Kristianti & Jonnardi, 2022)

Lase et al. (2022) mengemukakan bahwa profitabilitas merupakan tolok ukur kapasitas korporasi dalam menciptakan keuntungan finansial, sekaligus menjadi reflektor bagi tingkat optimalisasi manajemen dalam mendayagunakan seluruh aset operasionalnya. Brigham & Houston (2021) juga menegaskan definisi profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu, baik melalui aktivitas penjualan maupun pendapatan dari investasi, sehingga dapat digunakan sebagai indikator dalam menilai kondisi keuangan serta efektivitas pengelolaan perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, mencerminkan risiko perusahaan yang lebih rendah, mampu meningkatkan ketertarikan investor, dan berkontribusi pada kenaikan nilai perusahaan (Carolyn & Susilawati, 2023).

Leverage merupakan penggunaan liabilitas dalam komposisi modal perusahaan guna meningkatkan hasil penanaman modal serta nilai perusahaan. Fahmi (2020) mendefinisikan *leverage* sebagai ukuran yang menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam kegiatan operasional maupun pendanaannya.. Novianingtyas & Bagana (2022) juga menegaskan bahwa *leverage* mencerminkan rasio perbandingan antara keseluruhan kewajiban utang perusahaan dengan keseluruhan aset yang dimiliki. Penggunaan utang yang terlalu tinggi dapat menimbulkan risiko dan berdampak negatif terhadap keberlangsungan perusahaan

Likuiditas menggambarkan rentang waktu yang diperkirakan diperlukan hingga suatu aset dapat dikonversi menjadi kas atau hingga suatu liabilitas harus diselesaikan pembayarannya. Kondisi keuangan jangka pendek yang sehat dan minimnya risiko gagal bayar menjadi ciri utama perusahaan dengan likuiditas yang kuat. Merujuk pada pandangan Kieso et al. (2024), tingkat likuiditas tersebut ditentukan oleh seberapa cepat suatu aktiva dapat dikonversi menjadi bentuk kas, di mana durasi konversi yang kian singkat mengindikasikan likuiditas yang semakin tinggi. Tingginya likuiditas mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kondisi keuangan yang sehat dan mampu mengelola arus kas secara optimal tanpa mengalami tekanan pendanaan jangka pendek, sehingga memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kesehatan keuangan perusahaan.

Ukuran perusahaan mencerminkan skala operasional sebuah entitas bisnis yang dapat dievaluasi berdasarkan akumulasi total aset serta besaran omzet penjualannya (Fitri & Haryati, 2023). Kepercayaan investor dan penguatan nilai perusahaan sering kali dikaitkan dengan kepemilikan aset yang masif. Hal ini dikarenakan total kekayaan yang besar umumnya merefleksikan tingkat kedewasaan (*maturity*) korporasi yang matang, stabilitas perputaran kas, serta proyeksi pertumbuhan bisnis yang meyakinkan di masa depan. Dwicahyani, Rate, dan Jan (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tercermin dalam total aset yang tercantum pada laporan keuangan, di mana perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil dan memiliki akses pendanaan yang lebih luas dalam menghadapi persaingan usaha.

Kaitan Antar Variabel

Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Nilai profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen telah berhasil mendayagunakan aset perusahaan secara efektif dan optimal sehingga perusahaan dapat memperoleh laba secara konsisten, yang pada akhirnya mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan serta mengendalikan biaya operasional secara berkesinambungan (Putri, Hermuningsih & Wiyono, 2024). Nur, Suciyanti, Winarti, dan Azmi (2024) mengungkapkan bahwa situasi tersebut mentransmisikan indikator prospektif yang direspons oleh pelaku pasar melalui peningkatan komitmen modal. Dampak runtutan dari fenomena ini adalah akumulasi permintaan saham yang kian tinggi, yang pada gilirannya mengerek harga saham serta mendongkrak nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Aprianti & Dermawan (2024) yang turut membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun, Sari & Riduwan (2023) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage dengan Nilai Perusahaan. Peningkatan arus kas yang siap didistribusikan kepada pemegang saham dapat dicapai melalui pengelolaan utang

yang efisien. Berdasarkan kajian Wardana & Suwaidi (2023), hal ini dimungkinkan oleh adanya efek perlindungan pajak (*tax shield*), di mana biaya bunga pinjaman bertindak sebagai faktor pengurang bagi total beban pajak yang wajib dibayarkan oleh korporasi. Pemanfaatan instrumen utang secara berdaya guna mentransmisikan sinyal positif kepada para pemegang saham mengenai peta pertumbuhan emiten. Aziz & Widati (2023) menyatakan bahwa tata kelola utang yang strategis ini memicu respons pasar berupa peningkatan volume perdagangan saham, yang pada fase berikutnya bermuara pada apresiasi nilai pasar perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Kristianti & Jonnardi (2022) yang membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Namun, Syahrani, Merawati & Tandio (2023) menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas dengan Nilai Perusahaan. Tingginya likuiditas mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kecukupan aset lancar dalam memenuhi kewajiban jangka pendek secara tepat waktu sekaligus menjaga kelancaran kegiatan operasionalnya. Situasi tersebut menjadi bentuk transmisi informasi yang diartikan oleh pelaku pasar sebagai indikator positif atas stabilitas finansial perusahaan. Sentimen ini menambah keyakinan para pemodal dalam melakukan ekspansi investasi, yang pada gilirannya menstimulasi pergerakan naik harga saham sekaligus meningkatkan nilai perusahaan. Wahyuningrum & Sunarto (2023) membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini bertolak belakang dengan Lestari & Sinoho (2023), yang menemukan pengaruh likuiditas yang negatif terhadap nilai perusahaan, dan dengan hasil penemuan Zakiah, Mawardi & Hasanatina (2023), yang menyimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Sinyal positif mengenai kekuatan fondasi bisnis sering kali ditangkap oleh para investor pada korporasi berskala besar. Hal ini dikarenakan emiten tersebut biasanya didukung oleh struktur aktiva yang mapan dan daya saing yang tinggi di pasar. Persepsi baik ini pada gilirannya memicu lonjakan minat investasi yang secara simultan mendorong naik nilai perusahaan. Putri, Hermuningsih & Wiyono (2024) membuktikan bahwa *firm size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Jessica & Rasyid (2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan. Hasil berbeda ditunjukkan oleh Sari & Riduwan (2023) yang mengonfirmasi bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Tingkat keuntungan yang signifikan merepresentasikan ketahanan finansial suatu korporasi, yang secara otomatis membangun sentimen positif di kalangan pemodal. Kondisi tersebut dapat terjadi karena perusahaan memiliki kemampuan manajerial yang baik dalam mengendalikan biaya operasional serta memaksimalkan pendapatan, sehingga setiap sumber daya yang digunakan mampu memberikan kontribusi yang maksimal terhadap perolehan laba.

Perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara konsisten akan menunjukkan kondisi keuangan yang sehat serta pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Konsistensi pertumbuhan laba tersebut mencerminkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dan mampu menciptakan nilai tambah bagi

pemegang saham. Dampaknya, minat pasar untuk berinvestasi tumbuh, sehingga mengeskalasi nilai perusahaan tersebut.

Hal ini sejalan dengan teori sinyal, yang menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja perusahaan yang baik, kondisi keuangan yang kuat, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan tingkat pengembalian yang optimal. Sinyal positif tersebut dapat meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya, sehingga permintaan saham meningkat, harga saham naik, dan pada akhirnya nilai perusahaan mengalami peningkatan. Hasil dari penelitian Putri, Hermuningsih & Wiyono (2024), Aprianti & Dermawan (2024) dan Cynthiawati & Jonnardi (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H1: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tingginya *leverage* menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas bisnis perusahaan dibiayai melalui penggunaan utang. Kondisi ini dapat disebabkan oleh kebutuhan perusahaan terhadap pendanaan eksternal yang lebih besar untuk mendukung ekspansi usaha dan investasi jangka panjang yang belum mampu dipenuhi sepenuhnya oleh modal internal perusahaan.

Manfaat berupa penghematan pajak (*tax shield*) dapat diperoleh apabila utang perusahaan dikelola secara optimal, karena beban bunga atas utang dapat digunakan untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan. Selain itu, kemampuan dalam memanfaatkan utang secara produktif mencerminkan adanya keyakinan manajemen terhadap prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang.

Hal tersebut sejalan dengan teori sinyal, di mana pengelolaan *leverage* yang baik akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa penggunaan utang dilakukan secara terencana dan produktif guna mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan. Sinyal positif tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan, sehingga permintaan saham meningkat, harga saham mengalami kenaikan, dan pada akhirnya nilai perusahaan turut meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Widati (2023) dan Kristianti & Jonnardi (2022) membuktikan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki modal kerja yang memadai untuk mendukung kegiatan operasional serta melakukan investasi yang menguntungkan tanpa mengalami kesulitan pendanaan jangka pendek. Pengelolaan likuiditas yang baik mencerminkan bahwa manajemen telah menjalankan tanggung jawabnya secara optimal dalam menjaga keseimbangan antara aset lancar dan kewajiban jangka pendek demi kepentingan pemegang saham.

Kondisi tersebut sejalan dengan teori keagenan, yang menjelaskan bahwa manajemen sebagai agen memiliki kewajiban untuk mengelola likuiditas perusahaan sesuai dengan kepentingan prinsipal. Pengelolaan likuiditas yang optimal menunjukkan bahwa manajemen bertindak selaras dengan kepentingan pemegang saham dalam menjaga kesehatan keuangan perusahaan, sehingga dapat meminimalkan konflik keagenan. Likuiditas perusahaan yang terjaga dengan baik akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja manajemen. Sehingga minat investasi akan terdorong dan nilai perusahaan meningkat. Hasil penelitian

Wahyuningrum & Sunarto (2023) menunjukkan adanya pengaruh positif likuiditas terhadap nilai perusahaan.

H3: Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan besar cenderung memperoleh pengawasan yang lebih ketat dari investor, dan kreditor, sehingga pengelolaan sumber daya perusahaan dituntut untuk dilakukan secara lebih transparan dan bertanggung jawab.

Kondisi tersebut sejalan dengan teori keagenan, di mana pengawasan yang lebih besar dari prinsipal terhadap manajemen sebagai agen dapat mendorong manajemen untuk bertindak lebih disiplin dan selaras dengan kepentingan pemegang saham. Dengan demikian, potensi konflik keagenan dapat diminimalkan dan kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola bisnisnya akan meningkat. Peningkatan kepercayaan tersebut dapat mendorong naiknya permintaan saham, harga saham, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian Syahrani, Merawati dan Tandio(2023) serta Putri, Hermuningsih dan Wiyono (2024), ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Metode

Dengan mengandalkan laporan keuangan tahunan periode 2021–2024 yang diunduh dari laman resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Adapun penentuan subjek penelitian dilakukan melalui teknik *purposive sampling* yang difokuskan pada sektor *Consumer Non-Cyclical* berdasarkan sejumlah kriteria spesifik:

1. Emiten sektor *Consumer Non-Cyclical* yang tercatat secara kontinu di BEI sepanjang kurun waktu 2021–2024.
2. Perusahaan yang melakukan Initial Public Offering (IPO) sebelum tahun 2021.
3. Perusahaan secara konsisten memublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan komprehensif per 31 Desember yang menyediakan data terkait seluruh variabel amatan selama periode 2021–2024.
4. Menyajikan laporan keuangan dan laporan tahunan yang menggunakan satuan mata uang Rupiah secara konsisten dari tahun 2021 hingga 2024.
5. Perusahaan yang membukukan keuntungan selama masa observasi 2021–2024.

Secara keseluruhan, terdapat 76 data observasi yang dianalisis dalam penelitian ini. Operasionalisasi variabel serta metode pengukuran yang diaplikasikan dalam studi ini adalah:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Sumber	Ukuran	Skala
1.	Nilai Perusahaan	Sari dan Riduwan (2023)	$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$	Rasio
2.	Profitabilitas	Aziz dan Widati (2023)	$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$	Rasio

3.	<i>Leverage</i>	Chynthiawati & Jonnardi (2022)	$DER = \frac{Total Liabilities}{Total Equity}$	Rasio
4.	Likuiditas	Wahyuningrum & Sunarto (2023)	$CR = \frac{Current Assets}{Current Liabilities}$	Rasio
5.	<i>Firm Size</i>	Syahrani et al. (2023)	$Size = Ln (Total Assets)$	Rasio

Sumber: Diolah peneliti dengan SPSS versi 27

4. Hasil dan Pembahasan

Uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta autokorelasi yang tergabung dalam rangkaian uji asumsi klasik wajib dipenuhi terlebih dahulu sebelum melangkah ke tahapan pengujian hipotesis. Status berdistribusi normal pada data residual dalam penelitian ini berhasil terpenuhi. Hal ini didasarkan pada perolehan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 melalui instrumen *One Sample Kolmogorov-Smirnov*, yang mana angka tersebut telah melampaui ambang batas signifikansi 0,05. Gejala multikolinearitas juga tidak ditemukan dalam estimasi model regresi ini karena semua variabel telah memenuhi syarat baku (nilai *tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10). Secara spesifik, perolehan nilai *VIF* untuk ROA adalah 1,239; DER sebesar 1,309; CR sebesar 1,364; dan SIZE senilai 1,042. Masalah heteroskedastisitas dipastikan tidak terjadi dalam penelitian ini. Melalui pembuktian dengan menggunakan metode uji Glejser, indikator signifikansi dari setiap variabel independen berada di atas ambang batas 0,05, dengan rincian nilai sebesar 0,068 untuk ROA; 0,140 untuk DER; 0,090 untuk CR; dan 0,265 untuk SIZE. Uji autokorelasi yang menggunakan *Durbin-Watson* menghasilkan nilai 1,675 yang berada dalam rentang -2 hingga +2, sehingga model regresi dinyatakan terbebas dari masalah autokorelasi.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Sig.</i>
C	1.359	0.352	3.859	< 0.001
ROA	5.250	0.613	8.569	< 0.001
DER	0.035	0.051	0.697	0.488
CR	0.036	0.014	2.663	0.010
SIZE	-0.035	0.012	-2.867	0.005

Sumber: Pengolahan dengan SPSS versi 27

Temuan empiris melalui analisis regresi mengonfirmasi bahwa profitabilitas (ROA) memberikan kontribusi positif ($\beta=5,250$) dan signifikan ($\text{sig.}<0,001$) terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa optimalisasi pemanfaatan aset dalam mendongkrak perolehan laba berkorelasi lurus dengan apresiasi investor terhadap nilai korporasi. Di sisi lain, tingkat *leverage* (DER) menunjukkan koefisien positif ($\beta=0,035$) yang tidak signifikan ($\text{sig.}= 0,488$), memberikan petunjuk bahwa proporsi utang dalam struktur modal bukan merupakan determinan krusial bagi investor saat mengestimasi nilai emiten di sektor *Consumer Non-Cyclical*. Sementara itu, likuiditas (CR) terbukti berpengaruh positif ($\beta=0,036$) serta signifikan ($\text{sig.}=0,010$) terhadap nilai perusahaan; kemampuan menjaga ketepatan pemenuhan kewajiban jangka pendek ini dipandang sebagai cerminan stabilitas finansial yang mengirimkan sinyal positif ke pasar. Sebaliknya, ukuran perusahaan (SIZE) memperlihatkan

hubungan negatif ($\beta = -0,035$) dan signifikan ($\text{sig.} = 0,005$) terhadap nilai perusahaan. Fenomena ini mengisyaratkan bahwa skala korporasi yang terlampau besar pada sektor ini memicu kompleksitas manajerial dan operasional yang tinggi, yang pada gilirannya justru dapat mendegradasi penilaian investor pada *firm value*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, profitabilitas dan likuiditas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara *leverage* tidak berpengaruh signifikan, dan ukuran perusahaan justru berpengaruh negatif dan signifikan. Perusahaan dengan kinerja operasional yang baik memiliki kemampuan mengonversi setiap rupiah aset menjadi laba bersih. yang pada akhirnya mencerminkan kualitas manajemen dalam memaksimalkan potensi sumber daya yang ada. Pertumbuhan laba yang konsisten memperkuat persepsi investor terhadap daya tahan dan keberlanjutan bisnis perusahaan. Sinyal positif yang terpancar dari tingginya profitabilitas dapat meningkatnya kepercayaan dan minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan dan akhirnya nilai perusahaan meningkat.

Penggunaan utang dalam batas yang aman dan tidak mengancam keberlangsungan usaha sehingga perubahan pada tingkat *leverage* tidak akan memberikan dampak yang nyata terhadap keputusan investasi, pergerakan harga saham, maupun nilai perusahaan secara keseluruhan. Bagi para pemodal di industri *consumer non-cyclical*, skala korporasi maupun tingkat utang bukan menjadi prioritas utama.

Perusahaan mampu menyeimbangkan antara aset lancar dan kewajiban jangka pendek demi kepentingan pemegang saham. Kemampuan perusahaan ini mendukung keberlangsungan kegiatan operasional tanpa harus bergantung sepenuhnya pada pendanaan eksternal. Kondisi likuiditas yang terjaga dengan baik memberikan keyakinan kepada pasar bahwa perusahaan tidak akan mengalami kendala dalam memenuhi kebutuhan operasional jangka pendek maupun kewajiban yang segera jatuh tempo. Keyakinan tersebut mendorong meningkatnya kepercayaan investor terhadap stabilitas dan kesehatan keuangan perusahaan, sehingga minat untuk menanamkan modal bertumbuh, dan akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan besar menghadapi tantangan berupa kompleksitas operasional yang lebih tinggi. Kondisi ini berpotensi menurunkan efisiensi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Ketidakseimbangan antara skala aset yang besar dengan tingkat pengembalian yang dihasilkan dapat memunculkan persepsi negatif di kalangan investor. Hal ini dapat menurunkan penilaian investor terhadap prospek perusahaan, sehingga menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan sebaiknya tidak hanya berfokus pada ekspansi aset atau optimalisasi struktur utang, melainkan lebih memprioritaskan peningkatan profitabilitas dan pengelolaan likuiditas secara konsisten sebagai strategi utama dalam menciptakan dan mempertahankan nilai perusahaan di mata investor.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, profitabilitas dan likuiditas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara *leverage* tidak berpengaruh signifikan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan. Implikasi dalam penelitian ini diharapkan memberikan gambaran yang lebih jelas bagi investor dalam menilai kondisi keuangan perusahaan *consumer non-cyclical* melalui variabel profitabilitas dan likuiditas, Bagi manajemen perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam menyusun kebijakan

keuangan yang lebih strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan dan mengoptimalkan pemanfaatan aset serta menjaga tingkat likuiditas yang sehat guna mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Terdapat beberapa kelemahan dalam penelitian ini yang perlu diperhatikan. Pertama, model estimasi hanya mengeksplorasi empat variabel determinasi, yaitu profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan sehingga membuka celah bagi keterlibatan aspek lain di luar sistem. Kedua, daya generasi dari temuan ini cenderung terbatas akibat adanya reduksi sampel yang hanya memprioritaskan sektor *Consumer Non-Cyclical* di Bursa Efek Indonesia dalam ruang lingkup temporal yang cukup pendek (2021–2024). Menyinggahi celah tersebut, agenda riset mendatang disarankan untuk melakukan ekspansi jangkauan sampel ke sektor-sektor industri lain seperti keuangan, pertambangan, dan properti, sekaligus memperpanjang horizon waktu observasi menjadi lima hingga tujuh tahun. Di samping itu, Perluasan model analisis melalui penyertaan variabel relevan yang baru, seperti kebijakan dividen dan kepemilikan manajerial.

6. Daftar Pustaka

- Antari, N. P. A. J., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 4(1), 11–20.
- Aprianti, F., & Dermawan, E. S. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, VI(2), 1035–1045.
- Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh leverage, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur industri barang konsumsi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research (JISAMAR)*, 7(1), 171–184.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of financial management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Carolin, C., & Susilawati, C. (2023). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, V(1), 548–557.
- Cynthiawati, C., & Jonnardi. (2022). Pengaruh *leverage*, likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, IV(3), 1524–1533.
- Dwicahyani, A. R., Rate, P. V., & Jan, A. B. H. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal EMBA*, 10(1), 672–681.
- Fahmi, I. (2020). *Analisis kinerja keuangan*. Alfabeta.
- Fitri, P. N., & Haryati, S. (2023). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, 5(1), 13–22.
- Herawan, F., & Dewi, S. P. (2021). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, III(1), 137–145.

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Jessica, & Rasyid, R. (2021). Pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, likuiditas, kebijakan dividen, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, III(1), 366–375.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2024). *Intermediate accounting (18th ed.)*. Wiley.
- Kristianti, L. E., & Jonnardi. (2022). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, IV(4), 1969–1978.
- Lase, L. P. D., Telaumbanua, A., & Harefa, A. R. (2022). Analisis kinerja keuangan dengan pendekatan rasio profitabilitas. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(2), 254–260.
- Lestari, & Sinoho. (2023). Pengaruh likuiditas, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(2), 88–97.
- Novianingtyas, A., & Bagana, R. D. (2022). Pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 1121–1132.
- Nur, F., Suciyaniti, M., Winarti, O., & Azmi, Z. (2024). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan *firm size* terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 24(1), 45–57.
- Putri, M. R. S., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2024). Pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1823–1838.
- Sari, & Riduwan. (2023). Pengaruh profitabilitas, *firm size*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(4), 1–18.
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Syahrani, K. M., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2023). Pengaruh *leverage*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, risk profile dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 1(1), 32–44.
- Wahyuningrum, A. D., & Sunarto. (2023). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 6(1), 122–136.
- Wardana, & Suwaidi. (2023). Pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 55–66.
- Zakiah, F., Mawardy, M. C., & Hasanatina, H. (2023). Pengaruh likuiditas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *E-JRA: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(1), 1–12..