

PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER GOODS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2023–2025

Muhammad Zaini Bakri, Apriya Santi, SE, MM., Siti Mardah, SE, MM.

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
(UNISKA) Banjarmasin

Email: muhammadzainibakri19@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine the effect of profitability and leverage on firm value in Consumer Goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2023–2025 period. A quantitative associative-causal design was employed. The population consisted of 37 Consumer Goods companies listed on the IDX, and a purposive sampling technique yielded 15 companies with 42 valid observations (pooled data) after outlier exclusion. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 25. The results show that: (1) profitability, proxied by Return on Assets (ROA), has a positive and significant effect on firm value ($t = 3.465$; $\text{sig.} = 0.001 < 0.05$); (2) leverage, proxied by Debt to Equity Ratio (DER), has no significant effect on firm value ($t = -0.282$; $\text{sig.} = 0.779 > 0.05$); and (3) profitability and leverage simultaneously have a significant effect on firm value ($F = 7.195$; $\text{sig.} = 0.002 < 0.05$). The Adjusted R Square value of 0.232 indicates that the two independent variables explain 23.2% of the variation in firm value, while the remaining 76.8% is explained by variables outside the model. These findings support Signaling Theory, in which profitability functions as a credible positive signal to investors, while the relatively low and stable leverage level in the sample has not yet reached a level material enough to influence market perception.*

Keywords: Profitability; Leverage; Firm Value.

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2023–2025. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif asosiatif kausal. Populasi penelitian sebanyak 37 perusahaan sektor Consumer Goods yang terdaftar di BEI, dengan teknik purposive sampling diperoleh 15 perusahaan dan 42 observasi valid (data pooled) setelah pengeluan data outlier. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan: (1) profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Assets (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan ($t = 3,465$; $\text{sig.} = 0,001 < 0,05$); (2) leverage yang diproksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($t = -0,282$; $\text{sig.} = 0,779 > 0,05$); serta (3) profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($F = 7,195$; $\text{sig.} = 0,002 < 0,05$). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,232 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 23,2% variasi nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 76,8% dijelaskan oleh*

Naskah Masuk: 30 Juni 2026; Revisi: 30 Juni 2026; Diterima: 30 Juni 2026; ; Terbit: 01 Juli 2026

variabel lain di luar model. Temuan ini mendukung Signaling Theory, di mana profitabilitas menjadi sinyal positif yang kredibel bagi investor, sementara tingkat leverage sampel yang relatif rendah dan stabil belum mencapai titik yang cukup material untuk memengaruhi persepsi pasar.

Kata Kunci: Profitabilitas; Leverage; Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan salah satu ukuran utama keberhasilan perusahaan karena mencerminkan bagaimana pasar memandang prospek usaha, kualitas pengelolaan, serta kemampuan perusahaan menciptakan keuntungan di masa depan. Dalam praktik pasar modal, nilai perusahaan sering diproksikan dengan Price to Book Value (PBV), yang memperlihatkan perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku perusahaan; semakin tinggi PBV, semakin besar apresiasi pasar terhadap kinerja perusahaan (Brigham & Houston, 2021). Bagi investor, nilai perusahaan menjadi dasar penting pengambilan keputusan investasi karena merefleksikan ekspektasi pasar terhadap arus kas masa depan, risiko usaha, dan keberlanjutan bisnis (Tandelilin, 2021).

Salah satu informasi yang paling banyak diperhatikan pasar adalah profitabilitas, yaitu kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki sekaligus indikator efisiensi penggunaan sumber daya (Kasmir, 2021). Selain profitabilitas, leverage juga menjadi variabel penting karena menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang sebagai sumber pendanaan. Penggunaan utang yang tepat dapat membantu perusahaan berkembang lebih cepat, tetapi jika berlebihan dapat meningkatkan beban bunga, risiko gagal bayar, dan menurunkan kepercayaan investor (Sudana, 2020).

Sektor Consumer Goods merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia karena memproduksi barang kebutuhan sehari-hari dengan permintaan yang relatif stabil, sehingga perusahaan di sektor ini harus menjaga keseimbangan antara efisiensi operasional, kemampuan menghasilkan laba, dan struktur pendanaan yang sehat (BPS, 2024). Periode 2023–2025 menjadi periode yang menarik untuk diteliti karena perusahaan Consumer Goods masih menghadapi dampak penyesuaian ekonomi pascapemulihan, termasuk inflasi, perubahan biaya produksi, dan pergeseran perilaku belanja masyarakat (Bank Indonesia, 2024), yang menuntut pengelolaan aset dan utang secara lebih cermat agar daya saing tetap terjaga.

Secara teoretis, hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui Signaling Theory: perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa kondisi internalnya sehat, yang direspon investor melalui kenaikan minat beli saham dan pada akhirnya mendorong peningkatan nilai perusahaan (Ross et al., 2019). Sementara itu, pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan dijelaskan melalui Trade-Off Theory, di mana perusahaan mencari struktur modal optimal dengan menimbang manfaat pajak dari utang dan risiko finansial yang ditimbulkannya (Myers, 2020).

Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak selalu konsisten. Sebagian penelitian menemukan bahwa profitabilitas dan leverage sama-sama berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Ali, Faroji, & Ali, 2021; Sari & Nugroho, 2021), sementara penelitian lain menemukan pengaruh yang bervariasi, bahkan negatif, terutama untuk variabel leverage (Aisyah & Sartika, 2022; Atmini & Sholikhah, 2025). Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menjadi dasar penting bagi penelitian ini untuk menguji kembali pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan, khususnya pada sektor Consumer Goods yang memiliki karakteristik unik dan berbeda dari sektor lainnya (Atmini & Sholikhah, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan leverage, baik secara parsial maupun simultan, terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023–2025. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada penggunaan periode observasi terkini (2023–2025) yang mencakup masa penyesuaian ekonomi pascapemulihan, serta penerapan uji autokorelasi ganda (Durbin-Watson dan Run Test) pada struktur data pooled, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya bukti empiris sekaligus menjadi rujukan bagi manajemen, investor, dan peneliti selanjutnya.

KAJIAN TEORI

1. Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal menjelaskan bahwa manajemen perusahaan menyampaikan informasi kepada pihak eksternal melalui laporan keuangan, kebijakan dividen, maupun keputusan pendanaan. Informasi tersebut diterima investor sebagai sinyal untuk menilai prospek perusahaan dan kualitas pengelolaan

manajemen. Laba yang meningkat dan struktur pendanaan yang sehat dipandang sebagai sinyal positif yang dapat mendorong kenaikan nilai perusahaan (Hakim & Hindasah, 2025), terutama dalam kondisi asimetri informasi ketika manajemen memiliki informasi yang lebih lengkap dibanding investor (Irawan & Ruslim, 2023). Dalam konteks ini, profitabilitas dan leverage tidak hanya dilihat sebagai angka akuntansi, tetapi juga sebagai sinyal mengenai kesehatan perusahaan secara keseluruhan (Cahyana et al., 2024).

2. Trade-Off Theory

Trade-Off Theory menjelaskan bahwa perusahaan akan mencari struktur modal optimal dengan menimbang manfaat dan biaya penggunaan utang. Utang dapat memberi manfaat berupa penghematan pajak, tetapi juga menimbulkan risiko kebangkrutan apabila proporsinya terlalu besar (Pratt, 2023). Leverage yang optimal tidak selalu berarti rendah, melainkan berada pada titik yang memberi manfaat bagi perusahaan tanpa menimbulkan beban risiko berlebihan, sehingga menjadikan leverage variabel penting dalam menilai keseimbangan antara pertumbuhan dan keamanan finansial perusahaan (Sudana, 2020; Esghaier, 2024).

3. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktivitas operasional maupun penggunaan aset yang dimiliki, dan menjadi indikator efisiensi pengelolaan sumber daya perusahaan (Kasmir, 2021). Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan Return on Assets (ROA), yang dihitung dengan rumus:

$$ROA = \text{Laba Bersih} / \text{Total Aset} \times 100\%$$

4. Leverage

Leverage menunjukkan seberapa besar perusahaan menggunakan utang untuk membiayai operasional dan investasi, sekaligus mengukur tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan eksternal (Sudana, 2020). Dalam penelitian ini, leverage diproksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER), yang dihitung dengan rumus:

$$DER = \text{Total Utang} / \text{Total Ekuitas}$$

5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin dalam harga saham dan menggambarkan kondisi pasar terhadap prospek serta kinerja perusahaan di masa depan (Hakim & Hindasah, 2025). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diprosikan dengan Price to Book Value (PBV), yang dihitung dengan rumus:

$$PBV = \text{Harga Saham per Lembar} / \text{Nilai Buku per Lembar Saham}$$

6. Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu digunakan untuk memperlihatkan hasil penelitian yang relevan dengan variabel profitabilitas, leverage, dan nilai perusahaan, sekaligus menunjukkan adanya perbedaan hasil (research gap) yang memperkuat dasar penelitian ini, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Variabel	Hasil Penelitian
Ali, Faroji, & Ali (2021)	ROA, PBV	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
Sari & Nugroho (2021)	DER, PBV	Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Khakim & Yudiantoro (2022)	ROA, DER, PBV	Profitabilitas dan leverage berpengaruh simultan.
Aisyah & Sartika (2022)	ROA, DER, PBV	ROA berpengaruh positif; DER berpengaruh negatif.
Simanjuntak & Siahaan (2024)	ROA, DER, PBV	Profitabilitas dan leverage berpengaruh simultan.
Atmini & Sholikhah (2025)	ROA, DER, PBV	Profitabilitas signifikan; leverage bervariasi.

Sumber: Diolah dari berbagai penelitian terdahulu (2021–2025).

7. Hipotesis Penelitian

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023–2025.

H2: Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023–2025.

H3: Profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023–2025.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2020). Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan, baik secara parsial maupun simultan (Ghozali, 2021).

Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan sektor Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023–2025, berjumlah 37 perusahaan (BEI, 2025). Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) terdaftar di BEI selama periode 2023–2025; (2) menerbitkan laporan keuangan lengkap selama periode tersebut; (3) memiliki data lengkap terkait variabel penelitian (ROA, DER, dan PBV); dan (4) tidak mengalami suspensi berkepanjangan atau delisting. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 15 perusahaan sampel dengan struktur data panel yang diolah secara pooled. Setelah dilakukan uji normalitas awal terhadap 45 observasi dan deteksi outlier melalui nilai residual serta studentized deleted residual, ditemukan 3 observasi ekstrem yang dikeluarkan dari analisis, sehingga jumlah observasi akhir yang digunakan adalah 42 observasi.

Variabel penelitian terdiri atas dua variabel independen, yaitu profitabilitas (ROA) dan leverage (DER), serta satu variabel dependen, yaitu nilai perusahaan (PBV), sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Profitabilitas (X1)	$ROA = \text{Laba Bersih} / \text{Total Aset} \times 100\%$	Rasio
Leverage (X2)	$DER = \text{Total Utang} / \text{Total Ekuitas}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \text{Harga Saham} / \text{Nilai Buku per Saham}$	Rasio

Sumber: Kasmir (2021); Sudana (2020); Hakim & Hindasah (2025).

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dari laporan keuangan tahunan perusahaan sampel dan situs resmi Bursa Efek Indonesia, dilengkapi studi pustaka dari buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu. Teknik analisis data meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), analisis regresi linier berganda dengan model $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \epsilon$, serta uji hipotesis melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (Adjusted R^2), yang seluruhnya diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 25 (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian, sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
ROA (%)	42	1,1826	38,1098	12,092152	7,6449690
DER (x)	42	0,0940	4,1846	0,700352	0,8308221
PBV (x)	42	0,4125	9,7939	2,733910	1,7361768

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026).

Variabel ROA memiliki rata-rata sebesar 12,09% dengan rentang 1,18% – 38,11%, menunjukkan variasi kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang cukup lebar antarperusahaan sampel. Variabel DER memiliki rata-rata sebesar 0,70 kali, mengindikasikan bahwa secara umum perusahaan sampel menggunakan utang dalam proporsi yang relatif moderat terhadap ekuitas. Variabel PBV memiliki rata-rata sebesar 2,73 kali, menunjukkan bahwa pasar secara umum menghargai perusahaan sampel di atas nilai bukunya.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,067 ($> 0,05$), yang diperkuat oleh nilai Monte Carlo Sig. sebesar 0,063, sehingga residual model dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,886 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1,129 (< 10) untuk kedua variabel independen, sehingga model terbebas dari

gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan nilai signifikansi ROA sebesar 0,295 dan DER sebesar 0,723 (keduanya $> 0,05$), sehingga model tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji autokorelasi dengan Durbin-Watson menghasilkan nilai DW sebesar 2,214, yang berada pada rentang bebas autokorelasi ($dU < d < 4-dU$, yaitu $1,61 < 2,214 < 2,39$), dan diperkuat oleh Run Test dengan nilai Z sebesar $-0,781$ dan signifikansi $0,435 (> 0,05)$. Dengan demikian, seluruh asumsi klasik regresi telah terpenuhi dan model regresi memenuhi syarat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	1,410	0,563	2,504	0,017
ROA (X1)	0,114	0,033	3,465	0,001
DER (X2)	-0,086	0,304	-0,282	0,779

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026).

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh persamaan regresi: $PBV = 1,410 + 0,114 ROA - 0,086 DER + \epsilon$. Nilai konstanta sebesar 1,410 signifikan (sig. $0,017 < 0,05$). Koefisien ROA sebesar 0,114 menunjukkan bahwa setiap kenaikan ROA sebesar satu satuan akan meningkatkan PBV sebesar 0,114 poin, dengan signifikansi $0,001 (< 0,05)$. Koefisien DER sebesar $-0,086$ menunjukkan hubungan berlawanan arah, namun dengan signifikansi $0,779 (> 0,05)$ sehingga tidak signifikan secara statistik.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial). Uji t menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan t tabel sebesar 2,023 ($df = 39$). Variabel ROA memperoleh t hitung sebesar 3,465 ($> 2,023$) dengan sig. $0,001 (< 0,05)$, sehingga ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV, dan H1 diterima. Variabel DER memperoleh t hitung sebesar $-0,282 (< 2,023)$ dengan sig. $0,779 (> 0,05)$, sehingga DER tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV, dan H2 ditolak.

b. Uji F (Simultan). Hasil uji F disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	33,311	2	16,656	7,195	0,002
Residual	90,276	39	2,315		
Total	123,587	41			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026).

Nilai F hitung sebesar 7,195 lebih besar dari F tabel sebesar 3,238 ($df_1 = 2$; $df_2 = 39$), dengan sig. 0,002 ($< 0,05$), sehingga ROA dan DER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap PBV dan H3 diterima.

c. Koefisien Determinasi (R^2). Hasil pengujian koefisien determinasi disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,519	0,270	0,232	1,5214331

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25 (2026).

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,232 menunjukkan bahwa ROA dan DER secara bersama-sama mampu menjelaskan 23,2% variasi PBV, sedangkan sisanya sebesar 76,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, kebijakan dividen, likuiditas, dan kondisi makroekonomi.

5. Pembahasan

a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (H1 diterima). Temuan ini konsisten dengan Signaling Theory (Ross et al., 2019), di mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba tinggi memberikan sinyal positif kepada pasar mengenai efektivitas manajemen dalam mengelola aset, yang direspon investor melalui peningkatan minat beli saham. Perusahaan yang mampu menjaga efisiensi biaya produksi dan distribusi di tengah tekanan inflasi periode 2023–2025 cenderung mempertahankan margin laba yang lebih baik, sehingga laba yang dihasilkan menjadi sinyal yang kredibel bagi investor. Hasil ini sejalan dengan Ali, Faroji, & Ali (2021), Khakim & Yudiantoro (2022), dan Simanjuntak & Siahaan (2024), meskipun besaran

pengaruhnya tetap perlu dimaknai dalam konteks karakteristik sektor Consumer Goods sebagaimana ditekankan oleh Atmini & Sholikhah (2025).

b. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (H2 ditolak). Hasil ini tidak sepenuhnya mendukung Trade-Off Theory, yang menyatakan bahwa penggunaan utang dalam batas wajar dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui manfaat penghematan pajak. Tidak signifikannya pengaruh leverage diduga disebabkan oleh rata-rata DER sampel yang relatif rendah (0,70), sehingga belum mencapai titik yang cukup material untuk memengaruhi persepsi pasar, baik secara positif maupun negatif. Investor pada sektor Consumer Goods juga cenderung lebih memperhatikan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dibandingkan struktur pendanaannya, mengingat sektor ini memiliki arus kas operasional yang relatif stabil. Hasil ini sejalan dengan Atmini & Sholikhah (2025), namun berbeda dengan Sari & Nugroho (2021) dan Aisyah & Sartika (2022), yang mengindikasikan bahwa pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan bersifat kontekstual, bergantung pada sektor industri dan tingkat penggunaan utang rata-rata sampel yang diteliti.

c. Pengaruh Profitabilitas dan Leverage secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji F menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (H3 diterima), dengan kontribusi sebesar 23,2% (Adjusted R Square). Meskipun secara parsial hanya profitabilitas yang berpengaruh signifikan, secara simultan kedua variabel tetap berkontribusi terhadap perubahan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa investor menilai kondisi kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan, bukan hanya berdasarkan satu rasio keuangan. Temuan ini konsisten dengan Signaling Theory dan sejalan dengan Aisyah & Sartika (2022) serta Simanjuntak & Siahaan (2024), yang menyimpulkan bahwa kombinasi profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada berbagai sektor. Sisa variasi sebesar 76,8% yang tidak dijelaskan oleh model mengindikasikan bahwa nilai perusahaan bersifat multidimensi, dipengaruhi pula oleh faktor lain seperti ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, kebijakan dividen, struktur kepemilikan, likuiditas, dan kondisi makroekonomi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa: (1) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2023–2025 ($t = 3,465$; $\text{sig.} = 0,001 < 0,05$), sehingga H1 diterima; (2) leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($t = -0,282$; $\text{sig.} = 0,779 > 0,05$), sehingga H2 ditolak, yang diduga disebabkan oleh tingkat leverage sampel yang relatif rendah dan preferensi investor pada laba dibandingkan struktur pendanaan; dan (3) profitabilitas dan leverage secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ($F = 7,195$; $\text{sig.} = 0,002 < 0,05$), dengan kontribusi sebesar 23,2% (Adjusted R Square), sehingga H3 diterima. Temuan ini menegaskan bahwa profitabilitas merupakan sinyal fundamental utama bagi investor dalam menilai perusahaan sektor Consumer Goods, sementara leverage berperan lebih kontekstual dan perlu dipertimbangkan bersama indikator keuangan lain.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan variabel (hanya ROA dan DER), jumlah sampel (15 perusahaan, 42 observasi), periode penelitian yang relatif singkat (2023–2025), serta proksi tunggal untuk setiap variabel. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, kebijakan dividen, likuiditas, atau faktor makroekonomi; memperluas sampel dan periode penelitian; serta mempertimbangkan metode regresi data panel seperti Fixed Effect Model (FEM) atau Random Effect Model (REM) yang lebih sesuai dengan struktur data pooled. Bagi manajemen, disarankan untuk terus meningkatkan profitabilitas melalui efisiensi biaya dan pengelolaan aset yang produktif, serta memanfaatkan utang secara terukur dalam batas yang wajar. Bagi investor, disarankan untuk tidak hanya berpedoman pada satu rasio keuangan, melainkan melakukan penilaian menyeluruh terhadap kondisi kinerja keuangan dan prospek perusahaan sebelum mengambil keputusan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, N. R., & Sartika, F. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Financial Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 10(1), 97–108.

- Ali, J., Faroji, R., & Ali, O. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135.
- Atmini, N. D., & Sholikhah, I. (2025). Pengaruh DER, CR, dan ROA terhadap PBV pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2024. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 4(3), 363–372.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan Perekonomian Indonesia 2024*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi ke-15). Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia (BEI). (2025). *IDX Annual Statistics 2024*. Jakarta: Bursa Efek Indonesia.
- Cahyania, L. D., Asna, A., Firdaus, R. M., Sedyastuti, K., & Putra, Y. S. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2022. *Jurnal Akuntansi Neraca*, 2(1), 1–15.
- Esghaier, R. (2024). The dynamic trade-off theory of capital structure: Evidence from a panel of US industrial companies. *Studies in Economics and Finance*, 41(4), 902–922.
- Fahmi, I. (2021). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2021). *Principles of Managerial Finance* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Hakim, M. L., & Hindasah, L. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Keuangan, Struktur Kepemilikan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 908–932.
- Hery. (2022). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Irawan, J., & Ruslim, H. (2023). Pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, dan earning per share terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 333–342.
- Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Khakim, M. L., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 4(3), 30–46.
- Myers, S. C. (2020). Capital Structure. *Journal of Economic Perspectives*, 15(2), 81–102.

- Pratt, S. P. (2023). *Valuing a Business: The Analysis and Appraisal of Closely Held Companies* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). *Fundamentals of Corporate Finance* (12th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Sari, E., & Nugroho, M. (2021). Integritas Laporan Keuangan dan Nilai Perusahaan: Bukti Empiris dari Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 18(1), 56–72.
- Simanjuntak, S., & Siahaan, B. N. (2024). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang baku yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(2), 902–916.
- Sudana, I. M. (2020). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandelilin, E. (2021). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Kanisius.