



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 20221-20228

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Konsumen Primer di Bei Periode 2020-2024

Andika Irawan, Azimah Hanifah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

[andhikairawan30@gmail.com](mailto:andhikairawan30@gmail.com), [azimah.hanifah@umj.ac.id](mailto:azimah.hanifah@umj.ac.id)

### Abstrak

Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil tidak konsisten pada penelitian terdahulu, terutama pada sektor konsumen primer yang menunjukkan fluktuasi nilai perusahaan meskipun kinerja keuangan relatif stabil selama periode 2020-2024. Kesenjangan tersebut menjadi urgensi bagi investor dan manajemen perusahaan untuk memahami faktor yang benar-benar memengaruhi nilai perusahaan secara tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor konsumen primer yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif dan kausal, menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling jenis purposive sampling, sehingga diperoleh 17 perusahaan dari total 131 populasi perusahaan sektor konsumen primer, atau 85 data observasi selama lima tahun penelitian. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda data panel dengan bantuan Microsoft Excel dan EViews versi 13, melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier untuk menentukan model estimasi terbaik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa investor dan manajemen perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan profitabilitas sebagai strategi utama dalam meningkatkan nilai perusahaan pada sektor konsumen primer.

*Kata kunci: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Sektor Konsumen Primer.*

### 1. Latar Belakang

Bursa Efek Indonesia (BEI) berperan sebagai lembaga yang mengatur pasar modal di Indonesia dengan mendaftarkan berbagai perusahaan dari beragam sektor industri, termasuk di dalamnya sektor konsumen primer (*consumer non-cyclicals*). Sektor konsumen primer mencakup perusahaan yang memproduksi serta mendistribusikan barang-barang kebutuhan dasar masyarakat, seperti makanan, minuman, produk rumah tangga, dan barang kesehatan. Ciri utama dari sektor ini adalah permintaan terhadap produknya yang biasanya stabil dan kurang terpengaruh oleh fluktuasi siklus ekonomi (Zanubah et al., 2023). Nilai perusahaan adalah salah satu tolak ukur penting yang menunjukkan keadaan dan prospek suatu perusahaan di pandangan para investor. Bagi perusahaan yang terdaftar di bursa saham, nilai perusahaan terlihat dari harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, yang dapat meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga terhadap prospek di masa depan (Yuniastri et al., 2021). Barokah et al., (2023) menyatakan bahwa Nilai perusahaan mencerminkan jumlah keseluruhan ekuitas dan utang yang dimiliki. Dalam studi ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku per lembar saham. Rasio ini dipilih karena dapat menggambarkan penilaian pasar terhadap aset bersih perusahaan.

Salah satu faktor yang bisa memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Menurut Sari & Riduwan (2023) Profitabilitas merupakan proses mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin atau perbandingan antara laba dan penjualan, serta total aset itu sendiri. Apabila nilai rasio ini tinggi, maka perusahaan dinilai lebih baik berdasarkan rasio profit. Nilai yang tinggi menunjukkan tingkat profitabilitas dan efisiensi yang tinggi dari perusahaan, yang tercermin pada pendapatan dan arus kas. Dalam studi ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA), yang merupakan rasio yang membandingkan laba bersih dengan total aset perusahaan, sehingga

---

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Konsumen Primer di Bei Periode 2020-2024

dapat mengindikasikan seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan seluruh asetnya untuk memperoleh keuntungan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki. Saputri & Giovanni (2021) Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban Finansialnya dalam jangka pendek menggunakan dana yang sudah ada. Seperti membayar gaji, membayar biaya operasional, membayar utang jangka pendek, serta hal-hal lain yang membutuhkan pembayaran segera. Posisi dana lancar harus selalu lebih besar daripada utang lancar berarti perusahaan bisa membayar utangnya tepat waktu, sehingga perusahaan dianggap likuid yang menunjukkan kondisi perusahaan dalam keadaan sehat. Dalam penelitian ini, likuiditas dinilai melalui *Current Ratio* (CR), yang merupakan perbandingan antara aset lancar dan utang lancar. Tingkat likuiditas yang baik menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kondisi finansial yang stabil untuk melaksanakan operasionalnya tanpa menghadapi masalah keuangan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan para investor kepada perusahaan. Namun, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang bervariasi, di mana likuiditas tampak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dalam studi-studi sebelumnya, sementara penelitian lainnya menemukan adanya pengaruh positif (Jenny Ambarwati, 2021). Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan masih memerlukan analisis lebih dalam, terutama pada sektor dan periode penelitian yang berbeda.

Faktor ketiga yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan skala atau besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari total aset yang dimilikinya. Menurut Fajriah et al., (2022) Ukuran perusahaan mencerminkan fakta bahwa perusahaan yang lebih besar akan memiliki nilai pasar yang tinggi, nilai buku yang signifikan, dan keuntungan yang besar. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin dikenal oleh masyarakat, yang memudahkan akses terhadap informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural dari total aset ( $\ln$  Total Aset), karena nilai total aset perusahaan umumnya sangat besar dan bervariasi, sehingga transformasi logaritma diperlukan untuk menyederhanakan skala data dan mengurangi tingkat heteroskedastisitas dalam model regresi. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan, skala ekonomi yang lebih baik, serta dipandang lebih stabil oleh investor, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan, di mana pada satu sisi ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada penelitian tertentu, sedangkan penelitian lain seperti penelitian Natalie & Lisiantara (2022) yang meneliti pengaruh profitabilitas (ROA), likuiditas (AKO), ukuran perusahaan (SIZE), dan leverage terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang berbeda.

Relevansi penelitian ini sangat tinggi, mengingat perlunya strategi yang tepat bagi manajer keuangan untuk meningkatkan nilai perusahaan di tengah perubahan dinamika pasar dan preferensi konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi yang berbasis analisis fundamental.

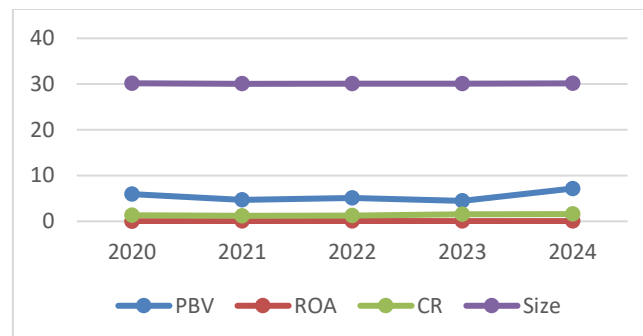
Tabel 1. Rata-Rata PBV, ROA, CR, dan Size periode 2020-2024

| Tahun | PBV  | ROA  | CR   | Size  |
|-------|------|------|------|-------|
| 2020  | 5,95 | 0,04 | 1,31 | 30,17 |
| 2021  | 4,72 | 0,06 | 1,22 | 30,05 |
| 2022  | 5,10 | 0,05 | 1,27 | 30,09 |
| 2023  | 4,47 | 0,06 | 1,54 | 30,11 |
| 2024  | 7,17 | 0,06 | 1,59 | 30,16 |

Berdasarkan Tabel 1, rata-rata *Price to Book Value* (PBV) perusahaan sektor konsumen primer selama periode 2020–2024 mengalami fluktuasi. Nilai PBV tercatat sebesar 5,95 pada tahun 2020, menurun menjadi 4,72 pada tahun 2021, meningkat menjadi 5,10 pada tahun 2022, kembali turun menjadi 4,47 pada tahun 2023, dan naik

signifikan menjadi 7,17 pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan cenderung berfluktuasi, namun mengalami peningkatan pada akhir periode penelitian. Rata-rata *Return on Assets* (ROA) menunjukkan tren yang relatif stabil. ROA meningkat dari 0,04 pada tahun 2020 menjadi 0,06 pada tahun 2021, sedikit menurun menjadi 0,05 pada tahun 2022, kemudian kembali berada pada angka 0,06 pada tahun 2023 dan 2024. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki relatif terjaga. Rata-rata *Current Ratio* (CR) juga menunjukkan kecenderungan meningkat, dari 1,31 pada tahun 2020 menjadi 1,59 pada tahun 2024, meskipun sempat menurun menjadi 1,22 pada tahun 2021. Seluruh nilai CR berada di atas 1, yang mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Sementara itu, rata-rata *Firm Size* yang diukur menggunakan logaritma natural total aset relatif stabil selama periode penelitian, dengan nilai berkisar antara 30,05 hingga 30,17. Kondisi ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sektor konsumen primer tidak mengalami perubahan yang signifikan selama periode 2020–2024.

Grafik 1. Pertumbuhan PBV, ROA, CR, dan Size pada Periode 2020-2024



Berdasarkan Grafik 1, *Price to Book Value* (PBV) menunjukkan pola yang berfluktuasi selama periode 2020–2024. Nilai PBV menurun dari 5,95 pada tahun 2020 menjadi 4,72 pada tahun 2021, meningkat menjadi 5,10 pada tahun 2022, kembali turun menjadi 4,47 pada tahun 2023, kemudian melonjak menjadi 7,17 pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan mengalami fluktuasi, namun meningkat secara signifikan pada akhir periode penelitian. Sementara itu, *Return on Assets* (ROA) menunjukkan tren yang relatif stabil dengan kecenderungan meningkat. ROA naik dari 0,04 pada tahun 2020 menjadi 0,06 pada tahun 2021, sedikit menurun menjadi 0,05 pada tahun 2022, kemudian kembali stabil pada angka 0,06 selama tahun 2023–2024. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki tetap terjaga. Selanjutnya, *Current Ratio* (CR) memperlihatkan tren peningkatan setelah sempat mengalami penurunan pada tahun 2021. Nilai CR meningkat secara bertahap dari 1,22 pada tahun 2021 menjadi 1,59 pada tahun 2024. Seluruh nilai CR berada di atas 1, sehingga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya berada pada kondisi yang baik. Adapun *Firm Size* menunjukkan pergerakan yang relatif stabil sepanjang periode penelitian. Nilainya hanya berubah pada kisaran 30,05–30,17, sehingga mengindikasikan bahwa pertumbuhan total aset perusahaan berlangsung secara konsisten tanpa mengalami perubahan yang signifikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Pada variabel profitabilitas (ROA), penelitian Shirley Anjani dan Zulfikar Ramadhan (2024) serta Valentina Sinta Dewi dan Agustin Ekadjaja (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Ni Komang Budi Astuti dan I Putu Yadnya (2019) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian juga terjadi pada variabel likuiditas. Penelitian Selin Lumoly, Sri Murni, dan Victoria N. Untu (2018) serta Femelia Yovita Bitu, Sri Hermuningsih, dan Alfiatul Maulida (2021) membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian Andrew Tandanu dan Lukman Suryadi (2020) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, pada variabel ukuran perusahaan (*Firm Size*) juga ditemukan hasil yang tidak konsisten. Penelitian Risqian dan Muhammad Dafa (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian Monika Sari dan Syahrizal Chalil (2024) serta Ni Komang Budi Astuti dan I Putu Yadnya (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Dari data yang telah diuraikan dan beberapa penelitian terdahulu, perbedaan temuan tersebut menunjukkan masih adanya *research gap* mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersidat deskriptif dan kausal. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi Laporan Keuangan Perusahaan. Data terkait tingkat profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan akan diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam sektor konsumen primer. Laporan keuangan ini berisi informasi mengenai laba, aset, dan kewajiban yang dibutuhkan untuk menghitung rasio-rasio keuangan yang relevan. Selain itu, nilai perusahaan diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) akan diambil dari data pasar saham yang dapat diakses di situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.com](http://www.idx.com)) serta sumber data keuangan lain. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 131 perusahaan yang termasuk dalam sektor konsumen primer, teknik sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditetapkan, dan didapatkan 17 perusahaan sebagai sampel dalam penelitian ini. Metode analisis data menggunakan alat bantu Microsoft Excel dan perangkat lunak Eviews versi 13. Penelitian ini menerapkan analisis regresi linier berganda dengan data panel. Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mempelajari jenis hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

## 3. Hasil dan Diskusi

### Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

|              | PBV      | ROA       | CR       | SIZE     |
|--------------|----------|-----------|----------|----------|
| Mean         | 5.482941 | 0.053529  | 1.388353 | 3011.788 |
| Median       | 2.030000 | 0.060000  | 1.050000 | 3012.000 |
| Maximum      | 56.80000 | 0.350000  | 4.090000 | 3265.000 |
| Minimum      | 0.000000 | -0.120000 | 0.270000 | 2790.000 |
| Std. Dev.    | 11.01315 | 0.094134  | 0.881319 | 112.1797 |
| Skewness     | 3.408970 | 0.865516  | 1.027111 | 0.270870 |
| Kurtosis     | 13.67021 | 4.776166  | 3.462213 | 2.349264 |
| Jarque-Bera  | 567.8627 | 21.78563  | 15.70188 | 2.539163 |
| Probability  | 0.000000 | 0.000019  | 0.000389 | 0.280949 |
| Sum          | 466.0500 | 4.550000  | 118.0100 | 256002.0 |
| Sum Sq. Dev. | 10188.32 | 0.744341  | 65.24477 | 1057080. |
| Observations | 85       | 85        | 85       | 85       |

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 2, variabel *Price to Book Value* (PBV) memiliki nilai minimum sebesar 0,000000, nilai maksimum sebesar 56,800000, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 5,482941, dan standar deviasi sebesar 11,013150. Variabel *Return on Assets* (ROA) memiliki nilai minimum sebesar -0,120000, nilai maksimum sebesar 0,350000, nilai rata-rata sebesar 0,053529, serta standar deviasi sebesar 0,094134. Selanjutnya, variabel *Current Ratio* (CR) memiliki nilai minimum sebesar 0,270000, nilai maksimum sebesar 4,090000, nilai rata-rata sebesar 1,388353, dan standar deviasi sebesar 0,881319. Sementara itu, variabel *Firm Size* memiliki nilai minimum sebesar 2.790, nilai maksimum sebesar 3.265, nilai rata-rata sebesar 3.011,788, serta standar deviasi sebesar 112,1797. Hasil statistik deskriptif tersebut memberikan gambaran mengenai karakteristik dan sebaran data masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian.

## Hasil Penentuan Metode Estimasi

Tabel 3. Hasil Penentuan Metode Estimasi

| Uji yang digunakan      | Prob.  | Hasil |
|-------------------------|--------|-------|
| Uji Chow                | 0.0000 | FEM   |
| Uji Hauman              | 0,1180 | REM   |
| Uji Lagrange Multiplier | 0,0000 | REM   |

Setelah dilakukan pengujian terhadap Uji Chow, Uji Hausman dan Uji *Lagrange Multiplier*, berdasarkan perhitungan dapat disimpulkan bahwa model yang terpilih sebagai model terbaik dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM).

## Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C        | 5.723055    | 40.54256   | 0.141162    | 0.8881 |
| ROA      | 46.68447    | 12.96546   | 3.600680    | 0.0005 |
| CR       | -1.959483   | 1.326014   | -1.477724   | 0.1434 |
| SIZE     | -0,00000619 | 0.013578   | -0.000456   | 0.9996 |

Berdasarkan hasil, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.723055 + 46.68447X_1 + -1.959483X_2 + -0,00000619X_3 + \epsilon_{it}$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, nilai konstanta sebesar 5,723055 menunjukkan bahwa apabila variabel Profitabilitas (ROA), Likuiditas (CR), dan Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai perusahaan (PBV) diperkirakan sebesar 5,723055. Koefisien regresi Profitabilitas (ROA) sebesar 46,684470 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan ROA akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 46,684470 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap (*ceteris paribus*). Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Koefisien regresi Likuiditas (CR) sebesar -1,959483 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *Current Ratio* akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 1,959483 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien yang bernilai negatif mengindikasikan adanya hubungan yang berlawanan arah antara likuiditas dan nilai perusahaan. Sementara itu, koefisien regresi Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) sebesar -0,00000619 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan ukuran perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,00000619 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien negatif tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan nilai perusahaan pada model penelitian ini.

## Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Statistik F

|                    |          |
|--------------------|----------|
| R-squared          | 0.139883 |
| Adjusted R-squared | 0.108027 |
| S.E. of regression | 5.840499 |
| F-statistic        | 4.391076 |
| Prob(F-statistic)  | 0.006484 |

Berdasarkan Tabel 5, hasil analisis data melalui perangkat lunak EViews 13, didapatkan nilai *R-Squared* yaitu 0.139883 atau setara dengan 13,98%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Independen, yakni Profitabilitas (ROA), Likuiditas (CR), serta Ukuran Perusahaan (*Firm Size*) mampu menjelaskan variasi variabel

Dependen, yaitu Nilai Perusahaan, sebesar 13,98%. Sementara porsi sebesar 86,02% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### Hasil Uji Statistik F

Dari hasil analisis, didapatkan nilai signifikansi F-statistik yaitu  $0.006484 < 0,05$ . Temuan ini menunjukkan bahwa semua variabel Independen (X) secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel Dependen (Y), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diterapkan dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

### Hasil Uji T

Tabel 6. Hasil Uji t

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|----------|-------------|------------|-------------|--------|
| C        | 5.723055    | 40.54256   | 0.141162    | 0.8881 |
| ROA      | 46.68447    | 12.96546   | 3.600680    | 0.0005 |
| CR       | -1.959483   | 1.326014   | -1.477724   | 0.1434 |
| SIZE     | -0,00000619 | 0.013578   | -0.000456   | 0.9996 |

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada Tabel 6, variabel Profitabilitas (ROA) memperoleh nilai *t* hitung sebesar 3,600680 yang lebih besar dari *t* tabel sebesar 1,98896, dengan nilai signifikansi 0,0005 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor konsumen primer. Sementara itu, variabel Likuiditas (CR) memperoleh nilai *t* hitung sebesar -1,477724 dengan nilai signifikansi 0,1434, sehingga nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor konsumen primer. Selanjutnya, variabel Ukuran Perusahaan (Firm Size) memperoleh nilai *t* hitung sebesar -0,000456 dengan nilai signifikansi 0,9996, yang juga lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor konsumen primer.

Secara parsial, hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel Profitabilitas (ROA) yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Likuiditas (CR) dan Ukuran Perusahaan (Firm Size) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer selama periode penelitian.

### Diskusi

#### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 46,684470 dengan tingkat signifikansi  $0,0005 < 0,05$ , sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Teori Sinyal (Signaling Theory) yang dikemukakan oleh Spence (1973), yang menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan sinyal positif bagi investor mengenai prospek perusahaan di masa depan. Pada sektor konsumen primer, tingginya profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong kenaikan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Valentina dan Agustin (2020), namun berbeda dengan temuan Anis (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar -

1,959483 dengan tingkat signifikansi  $0,1434 > 0,05$ , sehingga hipotesis kedua ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek belum menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan sektor konsumen primer. Investor cenderung lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingkan kondisi likuiditasnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Andrew Tandanu dan Lukman Suryadi (2020), tetapi berbeda dengan penelitian Femelia Yovita Bitadkk. (2021) yang menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *Firm Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar  $-0,00000619$  dengan tingkat signifikansi  $0,9996 > 0,05$ , sehingga hipotesis ketiga ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa besarnya total aset perusahaan tidak secara langsung meningkatkan nilai perusahaan. Investor cenderung lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan prospek pertumbuhan dibandingkan besarnya aset yang dimiliki. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Ni Komang Budi Astuti dan I Putu Yadnya (2019), namun berbeda dengan penelitian Risqian dan Muhammad Dafa (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **4. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas (CR) dan ukuran perusahaan (*Firm Size*) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi faktor utama yang memengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu meningkatkan profitabilitas melalui pengelolaan operasional yang lebih efisien, sementara investor disarankan menjadikan profitabilitas sebagai salah satu pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada periode pengamatan, jumlah sampel, dan variabel yang digunakan, sehingga penelitian selanjutnya disarankan memperluas periode, objek penelitian, serta menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

#### **Referensi**

- [1] Alifian, D., & Susilo, D. E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(1), 46-55.
- [2] Ambarwati, J., & Vitaningrum, M. R. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 129.
- [3] Anis, S. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Investment Opportunity Set (Ios) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Daftar Efek Syariah (Des) Dan Bursa Efek Indonesia (BEI) PERIODE 2018-2021 (Doctoral Dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- [4] Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research*, 7(1), 171-184.
- [5] AZIZAH, C. Y. N. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022).
- [6] Barokah, S., Ramlah, S., Pratama, W. C. T., Cahyani, R. N., & Purwanti, A. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen Nusantara*, 2(1), 22-28.
- [7] Bitadkk, F. Y., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(03), 298-306.
- [8] Bunayah, R., & Hariani, S. (2023). Peran Nilai Perusahaan Pada Sektor Barang Konsumen Primer Di BEI Periode Tahun 2019-2021. *Jurnal Economina*, 2(4), 934-948.
- [9] Clarinda, L. C., Susanto, L., & Dewi, S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 5(1), 96-105.
- [10] Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 118-126.
- [11] Dharma, B., Atila, C. W., & Nasution, A. D. (2023). Mengapa PBV (Price Book Value) Penting Dalam Penilaian Saham (Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2021). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 80-89.
- [12] Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1-12.
- [13] Fani, R. R. (2025). Pengaruh Insider Ownership, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Dan Non Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Beii) Tahun 2019–2023 (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang).

- [14] Felicia, J., & Lusmeida, H. (2023, July). Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Good Corporate Governance (Perusahaan Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2021). In *Proceeding National Conference Business, Management, And Accounting (NCBMA)* (Pp. 183-197).
- [15] Grandis, B. S. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023 (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- [16] Haryanto, A., & Sari, D. (2020). Pengaruh *Return on Assets* (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 45-60.
- [17] Hergianti, A. N., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2).
- [18] Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1).
- [19] Hidayat, I., & Tasliyah, M. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 5(1), 94-120.
- [20] Ismanto, Hadi & Pebruary, Silviana. (2021). *Aplikasi SPSS Dan EvIEWS Dalam Analisis Data Penelitian* (Cetakan Pe). Deepublish
- [21] Kammagi, N., & Veny, V. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 16(1), 41-55.
- [22] Markonah, M., Salim, A., & Franciska, J. (2020). Effect Of Profitability, Leverage, And Liquidity To The Firm Value. *Dinasti International Journal Of Economics, Finance & Accounting*, 1(1), 83-94.
- [23] Natalie, V., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas (ROA), Likuiditas (AKO), Ukuran Perusahaan (SIZE), Dan Leverage (LTDER) Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(4).
- [24] Nurdin, E., Yusuf, S., & Nurdianti, S. F. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 486-496.
- [25] Putri, R., & Rahardjo, B. (2021). Analisis Pengaruh *Current Ratio* (CR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 15(2), 75-90.
- [26] Risqian, M. D. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei 2017-2020.
- [27] Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Competence: Journal Of Management Studies*, 15(1), 90-108.
- [28] Sari, H., & Riduwan, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(7).
- [29] Sekarini, L. A., & Setiadi, I. (2021). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Kompertemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 203-212.
- [30] Susanto, R. D. L., & Rahayu, Y. (2022). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(1).
- [31] Widati, L. W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 885-893.
- [32] Yullandari, J. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021) (Doctoral Dissertation, AKUNTANSI).
- [33] Yuniastri, N. P. A., Endiana, I. D. M., & Kumalasari, P. D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1).
- [34] Zanubah, I., Sasanti, E. E., & Hudaya, R. (2023). Komparasi Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di BEI Sebelum Dan Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3(1), 145-162.