



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: 7120-7129

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

Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Perlengkapan Rumah Tangga Tahun 2018-2023

Agnes Soukotta, Anna Valensia Christianty de Fretes
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura
agnes21makoy@gmail.com, anna.defretes92@gmail.com*

Abstrak

Tujuan utama dari suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, yang secara inheren mencerminkan peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Namun, perbedaan perspektif dan kepentingan antara pemegang saham, kreditor, dan manajer sering kali menciptakan konflik keagenan yang kompleks dalam tata kelola perusahaan. Studi empiris ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh komprehensif dari profitabilitas, yang diproyeksikan dengan Return on Assets (ROA), dan leverage, yang diproyeksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER), terhadap nilai perusahaan (Price to Book Value/PBV). Penelitian ini berfokus secara spesifik pada perusahaan subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode enam tahun dari 2018 hingga 2023. Menggunakan teknik purposive sampling yang ketat berdasarkan kriteria tertentu, 6 perusahaan terpilih secara konsisten, menghasilkan total 36 observasi. Metodologi yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan verifikasi melalui pendekatan regresi linear berganda untuk data panel, yang diproses melalui perangkat lunak EViews. Hasil empiris mengungkapkan bahwa secara parsial, profitabilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa laba yang kuat berfungsi sebagai sinyal pasar yang kuat untuk menarik investor potensial. Sebaliknya, leverage menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengimplikasikan bahwa tingkat utang tidak terlalu memengaruhi persepsi investor pada sektor yang tangguh ini. Secara simultan, profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas, Leverage, Nilai Perusahaan, Return on Assets, Debt to Equity Ratio.

1. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari dinamika perkembangan pasar modal nasional. Semakin maju dan likuid suatu pasar modal, maka akan semakin kuat pula stimulus yang diberikan terhadap pertumbuhan ekonomi riil. Pasar modal berfungsi sebagai media yang sangat efektif untuk memobilisasi, menyalurkan, dan menginvestasikan dana publik ke sektor-sektor produktif yang memberikan imbal hasil menguntungkan bagi para investor. Di Indonesia, sektor barang konsumen (*consumer goods*) secara konsisten menjadi salah satu pilihan utama bagi para investor dalam menanamkan modalnya. Hal ini disebabkan oleh sifat industri barang konsumen yang cenderung defensif terhadap gejolak ekonomi serta saham-sahamnya yang dinilai masih menawarkan potensi kenaikan nilai (*capital gain*) yang menjanjikan dalam jangka panjang (Laura dkk., 2023). Secara lebih spesifik, Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial (*potential market*) bagi para pengusaha industri kecantikan dan perawatan tubuh, baik yang berskala domestik maupun internasional. Lonjakan permintaan pasar ini memicu lahirnya berbagai perusahaan serta merek baru di industri kosmetik, yang pada gilirannya menciptakan tingkat kompetisi pasar yang luar biasa ketat (Lestari, 2022). Kondisi persaingan yang kompetitif ini memaksa manajemen perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada volume penjualan, melainkan pada strategi besar dalam memaksimalkan nilai perusahaan (*corporate value*).

Maksimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai secara berkelanjutan apabila manajemen mampu memperhatikan dan menyeimbangkan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Ketika perusahaan berhasil menyelaraskan tujuan pemegang saham, kreditor, dan manajer, peluang untuk memperoleh keuntungan optimal akan semakin terbuka lebar. Kinerja operasional dan keuangan yang superior ini akan direspon secara positif oleh pasar melalui peningkatan permintaan terhadap saham perusahaan tersebut. Sesuai dengan hukum permintaan,

ketika permintaan saham melonjak sementara pemegang saham lama enggan menjualnya karena prospek perusahaan yang cerah, harga saham secara otomatis akan merangkak naik. Meningkatnya harga saham merupakan indikasi langsung dari apresiasi nilai perusahaan, karena salah satu indikator utama nilai perusahaan diukur dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga pasar sahamnya (Lestari, 2022). Dalam praktik analisis keuangan, nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV). PBV merupakan rasio pasar yang membandingkan antara harga saham per lembar di pasar dengan nilai buku per lembar sahamnya. Rasio ini berguna bagi investor untuk mengidentifikasi seberapa besar ekspektasi pasar menghargai aset bersih yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio PBV, maka semakin tinggi pula penilaian publik terhadap nilai dan prospek masa depan suatu perusahaan (Laura dkk., 2023).

Fluktuasi nilai perusahaan ini secara teoritis dan empiris dipengaruhi oleh berbagai faktor fundamental internal perusahaan, di antaranya yang paling krusial adalah tingkat profitabilitas dan kebijakan *leverage* (Destyatik, 2019). Profitabilitas merupakan indikator utama yang mencerminkan kemampuan suatu korporasi dalam menghasilkan pendapatan dan keuntungan dari aktivitas operasionalnya. Dalam konteks investasi, profitabilitas sering kali direpresentasikan melalui rasio *Return on Assets* (ROA), yang mengukur sejauh mana efektivitas total aktiva yang ditanamkan perusahaan mampu menghasilkan tingkat pengembalian (*return*) berupa laba bersih. Kemampuan menghasilkan laba yang konsisten sangat penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Informasi mengenai profitabilitas memberikan dampak langsung karena bertindak sebagai sinyal (*signaling theory*) bagi calon investor dalam mengukur efisiensi manajemen sekaligus menjadi tolak ukur utama sebelum mengambil keputusan investasi (Rivandi & Berta, 2022). Di sisi lain, nilai perusahaan juga berkaitan erat dengan struktur keuangan dan kebijakan utang perusahaan atau yang dikenal dengan istilah *leverage*. *Leverage* menggambarkan pemanfaatan dana dengan beban tetap (utang) oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional maupun ekspansi bisnisnya. Rasio ini mengukur sejauh mana aset perusahaan didanai oleh kewajiban finansial, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam penelitian ini, kebijakan *leverage* diwakili oleh rasio *Debt to Equity Ratio* (DER). DER mencerminkan perbandingan antara total utang dengan modal sendiri (*equity*). Semakin tinggi rasio DER menunjukkan bahwa struktur modal perusahaan semakin bergantung pada pihak eksternal (kreditor). Oleh karena itu, pengelolaan *leverage* yang cermat mutlak diperlukan agar beban bunga utang tidak menggerus laba bersih dan menurunkan nilai perusahaan di mata investor (Dina & Endah, 2022).

Objek dalam penelitian ini difokuskan pada perusahaan subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Subsektor ini merupakan potret industri dengan tingkat persaingan dan pertumbuhan yang sangat masif di Indonesia. Berdasarkan data dari portal riset pasar internasional *Statista*, pasar industri kosmetik di Indonesia diproyeksikan akan terus bertumbuh sebesar 5,91% per tahun secara kumulatif (CAGR). Nilai ukuran pasar (*market size*) untuk industri kosmetik sendiri telah menembus angka 3,16 miliar USD. Fenomena ini diperkuat dengan menjamurnya berbagai merek produk perawatan kulit (*skincare*) lokal yang menawarkan formulasi inovatif. Sebagai contoh, sepanjang periode April hingga Juni, total transaksi penjualan produk *skincare* lokal di berbagai *marketplace* digital mencapai Rp292,4 miliar dengan volume transaksi menyentuh 3,8 juta kali. Merek lokal seperti *Somethinc*—yang baru didirikan pada tahun 2019—bahkan mampu memimpin pasar dengan membukukan penjualan sebesar Rp53,2 miliar dalam waktu singkat.

Pertumbuhan industri yang eksponensial di satu sisi, namun dibarengi dengan ketidakpastian persaingan bisnis yang ketat di sisi lain, menimbulkan urgensi ilmiah untuk menguji kembali konsistensi pengaruh kinerja internal terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang fenomena bisnis dan landasan teoritis tersebut, penelitian ini disusun untuk mengkaji masalah utama mengenai bagaimana profitabilitas dan *leverage* memengaruhi nilai perusahaan pada subsektor ini. Oleh karena itu, tujuan utama dari diselenggarakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor kosmetik dan perlengkapan rumah tangga periode tahun 2018-2023. Hasil dari kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi literatur manajemen keuangan serta menjadi bahan pertimbangan strategis bagi para investor dalam mengambil keputusan investasi.

2. Kajian Pustaka

Nilai perusahaan pada dasarnya juga menunjukkan nilai kekayaan bersih dari pemilik perusahaan (*shareholder wealth*). Oleh karena itu meningkatnya nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari pemilik perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya atau bertambahnya nilai kekayaan pemilik di perusahaan. Menurunnya nilai perusahaan berarti berkurangnya nilai kekayaan pemilik di perusahaan. Manajemen perusahaan

memiliki tanggung jawab utama kepada pemilik untuk menciptakan dan sekaligus meningkatkan nilai perusahaan yang di pimpinnya (Bambang, 2019:9).

Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan (Lestari, 2022). *Price to book value* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan suatu entitas atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang relatif stabil memperlihatkan kinerja baik dari manajemen suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dan tentunya hal ini akan memberikan profit yang bagus. Kenaikan maupun penurunan laba akan memberikan dampak yang nyata terhadap perusahaan Nagian, dkk., (2021:8).

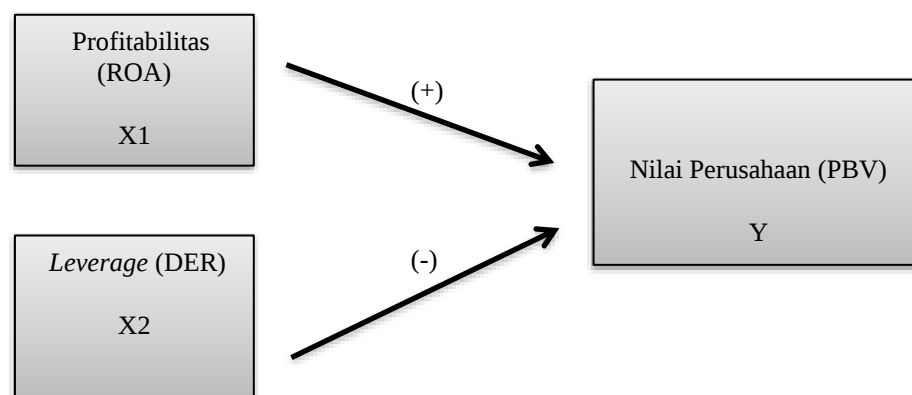
Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Assets* (ROA). Pemilihan ROA (*Return on Assets*) bertujuan untuk menilai sejauh mana perusahaan menghasilkan keuntungan dari investasi yang dilakukan, dengan memperhitungkan semua aset yang dimilikinya. Semakin tinggi nilai ROA, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang lebih tinggi. ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. Leverage mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban finansialnya yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjangnya (Dina dan Endah, 2022). Semakin besar hutang perusahaan, semakin besar pula risiko yang dihadapi investor, sehingga investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. *Leverage* diproksikan dengan *debt to equity ratio* (Laura, dkk, 2023).

Leverage mengukur kemampuan kebutuhan dana pada perusahaan digunakan dengan hutang. jika perusahaan tidak memiliki leverage yang artinya perusahaan menggunakan modal sendiri tanpa menggunakan hutang. Semakin rendah leverage maka perusahaan memiliki risiko kecil apabila kondisi ekonominya merosot. Leverage dapat diukur menggunakan (DER) *Debt to Equity Ratio*. Semakin besar tingkat leverage perusahaan maka semakin besar hutang yang digunakan dan semakin besar risiko bisnis yang dihadapi perusahaan ketika perekonomiannya memburuk (Devi, dkk, 2019).

DER dapat dirumuskan sebagai berikut: $DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$



Berdasarkan kajian teori yang ada maka perumusan hipotesis sebagai berikut.

H₁ : Profitabilitas (*Return on Assets* (ROA)) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
H₂ : *Leverage* (*Debt to Equity Ratio* (DER)) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan adalah verifikatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang fokus pada analisis dampak Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan di Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga selama periode 2018-2023. Penelitian ini akan menguraikan pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga selama periode yang disebutkan. Penelitian ini akan diuji melalui analisis statistik dengan menggunakan metode regresi data panel, dan aplikasi Eviews akan digunakan sebagai alat bantu dalam menguji hipotesis.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 7 perusahaan sub sektor kosmetik dan perlengkapan rumah tangga tahun 2018-2023. Dalam pemilihan sampel penelitian ini, digunakan metode purposive sampling yaitu suatu teknik pemilihan sampel yang berdasarkan pertimbangan kriteria tertentu. Penelitian ini memfokuskan pada sampel data dokumen atau laporan keuangan dari perusahaan yang diperoleh dari lokasi penelitian melalui metode purposive sampling. Pemilihan sampel ini didasarkan pada pertimbangan khusus yang dilakukan oleh peneliti untuk menghindari potensi kesalahan dalam penentuan sampel yang dapat mempengaruhi hasil analisis secara keseluruhan. Dari tujuh perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga, enam perusahaan yang memenuhi kriteria.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Pengumpulan data dimulai dengan penelitian pendahuluan, yang mencakup studi kepustakaan untuk mempelajari buku-buku yang relevan dengan topik penelitian. Penulis mengumpulkan data untuk penelitian ini melalui berbagai prosedur pengumpulan data dan informasi, dengan menggunakan sumber sekunder. Dan teknik pengumpulan data sekunder dilaksanakan dengan mengakses dan mengunduh laporan keuangan perusahaan dari tahun 2018 hingga 2023. Data tersebut diperoleh melalui situs resmi www.idx.co.id yang merupakan penyedia data, seperti yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI).

Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah teknik penelitian yang hanya menggambarkan keadaan data apa adanya melalui parameter-parameter seperti, mean, median, modus, standar deviasi, distribusi frekuensi dan ukuran statistik lainnya (Huang, 2015). Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui secara ringkas gambaran data yakni tentang ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data, serta kecenderungan gugus data.

Uji Estimasi Pemilihan Model

Terdapat tiga uji yang dilakukan yaitu Uji Chow, Uji Hausman, Uji Lagrange Multiplier (Uji LM).

1. Uji Chow, Uji Chow digunakan untuk membedakan antara *Common Effect* atau *Fixed Effect*. Penelitian ini bertujuan untuk memilih model yang sesuai antara CEM (*Common Effect*) dan FEM (*Fixed Effect*). Pengujian hipotesis untuk uji ini adalah sebagai berikut:

H₀ : Common Effect Model

H₁ : Fixed Effect Model

Apabila nilai $\text{prob} > F$ pada uji FEM lebih kecil dari 0,05 (5%), maka H_1 diterima. Sedangkan jika sebaliknya nilai $\text{prob} > F$ pada uji FEM lebih besar dari 0,05 (5%), maka tolak H_1 .

2. Uji Hausman, Penggunaan Uji Hausman bertujuan untuk membedakan antara *Fixed Effect* atau *Random Effect Model*. Uji ini dilaksanakan dengan tujuan memilih antara model efek tetap dan model efek acak. Hipotesis yang diuji dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Random Effect Model

H_1 : Fixed Effect Model

Apabila nilai pada $\text{prob} > \chi^2$ pada uji Hausman lebih kecil dari 0,05 (5%), maka H_1 diterima, yang berarti model Fixed Effect Model.

3. Uji LM, Penggunaan Uji *Langrange Multiplier* (LM) bertujuan untuk membedakan antara *Random Effect Model* atau *Common Effect Model*. Prosedur pengujian hipotesis untuk uji ini dapat diuraikan sebagai berikut:

H_0 : Common Effect Model

H_1 : Random Effect Model

Apabila nilai $\text{prob} > \chi^2$ pada uji LM lebih besar 0,05 (5%), maka H_0 ditolak, yang artinya model yang tepat untuk digunakan adalah Random Effect Model (REM).

Pengujian Hipotesis

Ada tiga jenis pengujian yang dilakukan untuk mengevaluasi hipotesis ini, yakni:

1. Uji Parsial atau Uji t, yang bertujuan untuk mengevaluasi dampak individual dari setiap variabel independen terhadap variabel dependennya. Uji ini melibatkan perbandingan antara nilai t yang dihitung dengan nilai t yang terdapat dalam tabel distribusi t. Kesimpulan dari uji t ini dapat ditarik berdasarkan tingkat signifikansi (α), dengan menggunakan pedoman:

$\alpha > 5\%$: tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5\%$: menolak H_0

2. Uji Simultan Uji F, Untuk menilai dampak kolektif dari variabel independen pada penelitian terhadap variabel terikat, dapat dilakukan uji F dengan membandingkan nilai F yang dihitung dengan nilai F tabel. Dalam penilaian uji F, kesimpulan dapat ditarik berdasarkan tingkat signifikansi (α), dengan ketentuan sebagai berikut:

$\alpha > 5\%$: tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5\%$: menolak H_0

3. Uji Determinasi R^2 , Uji Determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Rentang nilai R^2 adalah antara 0 hingga 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Ketika nilai R^2 mendekati 1, menunjukkan bahwa model regresi sangat baik dan variabel independen memberikan informasi yang cukup untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika R^2 mendekati 0, itu menandakan bahwa variabel independen secara keseluruhan tidak mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

4. Hasil Dan Diskusi

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum. Hasil Analisis Statistik Deskriptif dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	X1	X2	Y
Mean	6.246081	5.443604	3.466964
Median	6.755295	5.798635	1.795441
Maximum	11.99242	11.99242	8.635774
Minimum	1.506029	0.011532	0.075748
Std. Dev.	3.542376	4.145159	3.401830
Skewness	0.113254	0.099392	0.499060
Kurtosis	1.508898	1.483111	1.464940
Jarque-Bera	3.412036	3.510700	5.028982
Probability	0.181587	0.172847	0.080904
Sum	224.8589	195.9697	124.8107
Sum Sq. Dev.	439.1949	601.3821	405.0357
Observations	36	36	36

Sumber: Data Olahan e-Views 12, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas menunjukkan statistik deskriptif variabel yang digunakan dalam penelitian dengan jumlah data setiap variabel adalah 36 data perusahaan yang berasal dari *annual report* dan laporan keuangan yang dipublikasi oleh perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada kurun waktu 2018-2023 sebagai berikut:

1. *Return On Assets (ROA)* memiliki Nilai minimum dimiliki oleh Mustika Ratu Tbk. pada tahun 2018 sebesar 1,506029. Nilai maksimum dimiliki oleh Akasha Wira International Tbk pada tahun 2022 sebesar 11,99242. Nilai rata-rata sebesar 6,246081. Dengan Nilai Standar deviasi untuk variabel *Return On Assets (ROA)* sebesar 3,542376.
2. *Debt to Equity Ratio (DER)* memiliki nilai minimum dimiliki oleh Mustika Ratu Tbk pada tahun 2018 sebesar 0,011532. Nilai maksimum dimiliki oleh Akasha Wira International Tbk pada tahun 2022 sebesar 11,99242 . Nilai rata-rata sebesar 5,443604. Dengan nilai Standar Deviasi untuk variabel *Debt to Equity Ratio (DER)* sebesar 4,145159.
3. Nilai perusahaan memiliki nilai minimum dimiliki oleh Mustika Ratu Tbk pada tahun 2020 sebesar 0,075748. Nilai maksimum dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2019 sebesar 8,635774. Nilai rata-rata sebesar 3,466964. Dengan nilai Standar Deviasi untuk variabel Nilai Perusahaan sebesar 3.401830.

Hasil Uji Estimasi Pemilihan Model

1. Uji Chow, Untuk pengujian terbaik dalam uji chow, apabila nilai prob untuk *cross-section* > 0,05 maka H0 diterima maka model yang terpilih adalah *Common Effect Model*, jika < 0,05 maka model yang akan terpilih adalah FEM.

Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.029612	(5,27)	0.0073
Cross-section Chi-square	19.510959	5	0.0015

Sumber: Data Olahan e-Views 12, 2024

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai prob untuk *cross section* $0.0015 < 0,05$ yang berarti signifikan pada taraf 5%, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hasil uji chow yang terpilih adalah *Fixed Effect Model (FEM)*. Selanjutnya untuk menunjukan apakah *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model* yang paling tepat digunakan, maka harus dilakukan uji Hausman.

2. Uji Hausman, Untuk pengujian terbaik dalam Uji Hausman, dapat dilihat dari prob untuk *cross-section* jika nilai prob *cross-section* > 0,05 maka H0 diterima maka model yang terpilih adalah *Random Effect Model*, jika < 0,05 maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*. Berikut hasil Uji Hausman:

Hasil Uji Hausman

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects Null hypotheses: No effects Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	4.153941 (0.0415)	2.202274 (0.1378)	6.356215 (0.0117)

Sumber: Data Olahan e-Views 12, 2024

Pada tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa nilai prob 0,2719 > 0,05 yang berarti H1 ditolak dan H0 diterima. Maka hasil dari Uji Hausman yang terpilih adalah *Random Effect*. Sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Random Effect Model* (REM).

3. Uji LM, Pengujian Uji LM terbaik dapat dilihat dari nilai (prob>chi2). Nilai (prob<chi2) lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05, model yang terpilih adalah *Random Effect Model*. Jika nilai (prob>chi2) lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 maka model yang terpilih adalah *Common Effect Model*.

Hasil Uji Langrange Multiplier

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.277556	0.831725	-1.536032	0.1344
X1	0.551166	0.165717	3.325940	0.0022
X2	0.241500	0.119947	2.013395	0.0525

Sumber: Data Olahan e-Views 12, 2024

Pada tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa prob 0,0415 < 0,05 yang berarti H0 ditolak dan H1 diterima. Maka hasil dari Uji LM yang terpilih adalah *Random Effect Model* (REM).

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk menguji pengaruh ROA, DER terhadap Nilai Perusahaan. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

$$PBV = 1.27755603748 + 0.55116597244X_1 + 0.241500134782X_2 + [CX=R]$$

Correlated Random Effects - Hausman Test Equation: Untitled Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.604436	2	0.2719

Sumber: Data Olahan e-Views 12, 2024

Berdasarkan hasil diatas dapat dirumuskan persamaan regresinya sebagai berikut : Dari persamaan diatas diketahui nilai konstanta sebesar 1,27755603748 artinya apabila semua variabel independennya itu sama dengan nol, maka nilai perusahaan akan bernilai sebesar 1,27755603748.

Koefisien regresi *Return On Assets* sebesar 0,55116597244 hal ini menunjukkan setiap peningkatan 1% dari *Return On Assets* akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 0,55116597244.

Koefisien regresi *Debt on Equity Ratio* sebesar 0,241500134782. Hal ini menunjukkan setiap peningkatan 1% dari *Debt on equity* akan menyebabkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 0,241500134782.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t

Hasil Uji t

R-squared	0.603753	Mean dependent var	1.446268
Adjusted R-squared	0.578988	S.D. dependent var	1.758146
S.E. of regression	1.147626	Sum squared resid	42.14544
F-statistic	24.37887	Durbin-Watson stat	1.394676
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan e-Views 12, 2024

Berdasarkan hasil pengujian dalam tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel hasil uji t ditunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV) menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,551166 dengan nilai t hitung sebesar 3,325940 dan probabilitas 0,0022. Hasil ini menunjukkan bahwa probabilitas $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Return on Asset* (ROA) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2) Pengaruh DER terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis secara parsial oleh rasio leverage (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV) menghasilkan koefisien regresi sebesar 0.241500 dan nilai t hitung sebesar 2.013395 dengan nilai probabilitas 0,0525. Hal ini menunjukkan bahwa probabilitas $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Debt On Equity Ratio* (DER) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Uji F, Uji hipotesis simultan digunakan untuk melihat apakah variabel *independent* berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*. Uji simultan dapat dilihat dengan menggunakan F hitung. Adapun kriteria pengujian, jika probabilitas F hitung $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara bersama-sama variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependen*. Sebaliknya, jika probabilitas F hitung $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya secara bersama-sama variabel *independen* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen*. Adapun hasil uji hipotesis simultan adalah sebagai berikut:

Hasil Uji F

R-squared	0.603753	Mean dependent var	1.446268
Adjusted R-squared	0.578988	S.D. dependent var	1.758146
S.E. of regression	1.147626	Sum squared resid	42.14544
F-statistic	24.37887	Durbin-Watson stat	1.394676
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data Olahan e-Views 12, 2024

Berdasarkan tabel hasil Uji F diatas menunjukkan nilai prob (F-Statistic) kurang dari 0,05 dimana $0.0000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan ROA berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sehingga H1 diterima.

3. Uji Determinasi R^2 , Koefisien determinasi merupakan konsep statistik yang menyatakan bahwa sebuah garis regresi adalah baik jika nilai R^2 tinggi dan sebaliknya bila nilai R^2 rendah maka garis regresi kurang baik. Uji koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila angka koefisien determinasi semakin kuat berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.277556	0.831725	-1.536032	0.1344
X1	0.551166	0.165717	3.325940	0.0022
X2	0.241500	0.119947	2.013395	0.0525

Sumber: Data Olahan e-Views 12, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi yang ada pada kolom Adj R-square menunjukkan nilai sebesar 0,578988 atau sebesar 57,9%. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh ROA, dan DER terhadap nilai perusahaan sebesar 57,9%. Sedangkan sisanya 42,1% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.. Berdasarkan hal ini, dapat diketahui bahwa hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* memiliki korelasi yang lemah dikarenakan oleh besarnya komponen error.

Diskusi Hasil Penelitian

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara Parsial

Berdasarkan hasil uji parsial dengan menggunakan software Eviews 12 untuk variabel profitabilitas (ROA), nilai t-statistik sebesar 3,325940 dengan probabilitas 0,0022 dimana nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis satu yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan diterima.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan secara Parsial

Berdasarkan hasil uji parsial dengan menggunakan software Eviews 12 Variabel leverage (DER), nilai t-statistik sebesar 2.013395 dengan probabilitas 0,0525 dimana nilai probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis dua yang menyatakan *leverage* berpengaruh negatif secara signifikan ditolak.

5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis serta pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2018-2023 dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: 1). Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Kosmetik dan Perlengkapan Rumah Tangga tahun 2018 - 2023. 2) Leverage tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Kosmetik dan Perlengkapan rumah Tangga tahun 2018 – 2023.

Referensi

- [1] R. K. Nandita, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, size, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada BEI 2012-2016)," *CAM JOURNAL: Change Agent For Management Journal*, hal. 188, 2018.
- [2] C. E. Keni dan R. P. [Inisial], "Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020," *JAIM: Jurnal Akuntansi Manado*, 2022.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9638>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- [3] M. N. Desri, "Analisis Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas," *Borneo Student Research*, 2021.
- [4] C. I. Destyatik, "Analisi Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus terhadap Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi sub Sektor Komestik & Keperluan Rumah Tangga dan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015)," Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2019.
- [5] D. D. A. Wardhany dan S. H. [Inisial], "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam LQ45 Pada Periode 2015-2018)," *Ensiklopedia of Journal*, 2019.
- [6] D. A. Susesti dan E. T. [Inisial], "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)," *Accounting and Management Journal*, vol. 6, 2022.
- [7] I G. A. D. N. Yanti dan N. P. [Inisial], "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman," *E-Jurnal Manajemen*, 2019.
- [8] H. S. Iskak, "Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2020.
- [9] L. Imnana dan S. S. [Inisial], "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage," *MANIS: Jurnal Manajemen & Bisnis*, hal. 59-71, 2023.
- [10] I. D. Lestari, "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2014-2020," Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan, Bogor, 2022.
- [11] M. Vianti dan A. Z. [Inisial], "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Properti dan Real Estate," *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, hal. 307-324, 2023.
- [12] M. Rivandi dan B. A. [Inisial], "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor makanan dan minuman," *JIP: Jurnal Investasi Pilihan*, 2022.
- [13] N. Toni dan E. N. [Inisial], *Strategi Peningkatan Profitabilitas, Financial Leverage, dan Kebijakan Deviden bagi Perusahaan*. Indramayu: Penerbit Adab, 2021.
- [14] S. Utama dan F. S. [Inisial], *Tata Kelola Korporat di Indonesia: Teori, Prinsip dan Praktik*. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat, 2022.
- [15] D. A. Sofiatin, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri dan Kimia Yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018)," *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, hal. 47-57, 2020.
- [16] B. Sugeng, *Manajemen Keuangan Fundamental*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.