

SKRIPSI
PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS,
***LEVERAGE*, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN**
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR
***CONSUMER NON CYCLICALS* PERIODE 2021-2023**



DIAJUKAN OLEH :
NAMA : ARIA ZETA YENDI
NIM : 125210225

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2025

PERSETUJUAN

Nama : ARIA ZETA YENDI
NIM : 125210225
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage*, dan
Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan
sektor *Consumer Non Cyclical*s Periode 2021-2023

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 20-Juni-2025

Pembimbing:
MERRY SUSANTI, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIK/NIP: 10199017



Pembimbing Pendamping:
VERAWATI, Dr. S.E., M.Ak, Ak, CA.
NIK/NIP: 10112025



Pengesahan

Nama : ARIA ZETA YENDI
NIM : 125210225
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul Skripsi : Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage dan
Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Sektor
Consumer Non Cyclical Period 2021-2023
Title : The Effect of Liquidity, Profitability, Leverage and Sales
Growth on Firm Value in the Consumer Non Cyclical
Sector for period 2021-2023

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi
AKUNTANSI BISNIS Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tarumanagara pada
tanggal 10-Juli-2025.

Tim Penguji:

1. HENRYANTO WIJAYA, S.E., M.M., Ak., CA.
2. MERRY SUSANTI, S.E, M.Si, AK, CA.
3. YUNIARWATI, S.E., M.M.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:

MERRY SUSANTI, S.E, M.Si, AK, CA.

NIK/NIP: 10199017



Pembimbing Pendamping:

VERAWATI, Dr. S.E., M.Ak, Ak, CA.

NIK/NIP: 10112025



Jakarta, 10-Juli-2025

Ketua Program Studi



HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA, CA,CPA (Aust.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
JAKARTA

ABSTRAK

PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN
PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON CYCLICALS* PERIODE 2021-
2023

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh likuiditas, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data sekunder dari sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling* dan memperoleh data yang valid sebanyak 28 perusahaan. Pengolahan data penelitian menggunakan *E-Views* versi 12 dan *Microsoft Excel* 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, likuiditas, profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan penjualan.

The purpose of this study is to examine the effect of liquidity, profitability, leverage, and sales growth on firm value. This study uses quantitative methods by collecting secondary data from the consumer non cyclicals sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for 2021-2023. The sample was selected using purposive sampling technique and obtained valid data as many as 28 companies. Research data processing using E-Views version 12 and Microsoft Excel 2019. The results showed that liquidity and leverage have no significant effect on firm value, while profitability and sales growth have a positive and significant effect on firm value.

Keywords: Firm value, liquidity, profitability, leverage, sales growth.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON CYCLICALS* PERIODE 2021-2023” secara tepat waktu dan sebaik-baiknya guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang turut membantu, membimbing, dan mendukung selama penyusunan skripsi. Pihak-pihak tersebut yakni kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
2. Dr. Hendro Lukman, S.E., M.M., Ak., CPMA., CA., CPA (Aust.), CSRS., ACPA. selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Elsa Imelda, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Henny Wirianata, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Sekretaris 2 Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Merry Susanti, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan petunjuk, bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi.
6. Verawati, Dr. S.E., M.Ak., Ak, CA. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan serta arahan yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi.

7. Segenap dosen dan asisten dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Orangtua serta seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan moral dan material, serta memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Ikatan Mahasiswa Akuntansi Tarumanagara khususnya jajaran 21 yang sudah menemani, menghibur, memotivasi, dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman serta senior ditempat penulis bekerja yang telah memberikan semangat dan dukungan moral dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Serta semua pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun tata bahasa. Oleh karena itu, penulis sangat mengapresiasi segala kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara serta bagi mahasiswa yang kedepannya akan menyusun skripsi dengan topik sejenis. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan penulis juga meminta maaf jika terdapat kesalahan kata-kata yang menyinggung secara langsung maupun tidak langsung.

Jakarta, 20 Juni 2025



(Aria Zeta Yendi)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	7
3. Batasan Masalah.....	8
4. Rumusan Masalah	9
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Gambaran Umum Teori	11
1. Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>)	11
2. Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>).....	12
B. Definisi Konseptual Variabel.....	13
1. Nilai Perusahaan.....	13

2. Likuiditas.....	14
3. Profitabilitas	14
4. <i>Leverage</i>	15
5. Pertumbuhan Penjualan.....	15
C. Kaitan antara Variabel-variabel	16
1. Likuiditas dan Nilai Perusahaan.....	16
2. Profitabilitas dan Nilai Perusahaan	17
3. <i>Leverage</i> dan Nilai Perusahaan	18
4. Pertumbuhan Penjualan dan Nilai Perusahaan.....	20
D. Penelitian Terdahulu	21
E. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	26
1. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.....	27
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	28
3. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	28
4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian	30
B. Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel	31
C. Operasionalisasi Variabel	32
1. Variabel Dependen	32
2. Variabel Independen	32
D. Uji Pemilihan Model.....	35
1. Uji <i>Chow</i>	35
2. Uji <i>Hausman</i>	35
3. Uji Lagrange Multiplier	36

E. Analisis Data	36
1. Analisis Statistik Deskriptif	36
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3. Uji Koefisien Determinasi Ganda (R^2).....	37
4. Uji Simultan (Uji F)	38
5. Uji t (Parsial)	38
F. Asumsi Analisis Data	38
1. Uji Asumsi Klasik	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Subjek Penelitian	41
B. Deskripsi Objek Penelitian	43
C. Hasil Uji Pemilihan Model Data Panel	46
1. Hasil Uji <i>Chow</i>	46
2. Hasil Uji <i>Hausman</i>	47
3. Hasil Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	48
D. Uji Asumsi Analisis Data	49
1. Hasil Uji Normalitas.....	49
2. Hasil Uji Multikolinearitas	51
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
4. Hasil Uji Autokorelasi.....	52
E. Hasil Analisis Data.....	53
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
2. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	56
3. Hasil Uji F (Simultan)	57
4. Hasil Uji t (Parsial).....	57

F. Pembahasan	59
1. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.....	60
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	61
3. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	62
4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.....	63
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
1. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.....	66
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	67
3. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	67
4. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.....	68
B. Keterbatasan dan Saran.....	69
1. Keterbatasan	69
2. Saran.....	69
DAFTAR BACAAN.....	70
DAFTAR LAMPIRAN.....	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Ringkasan Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 4. 1 Kriteria dan Penentuan Sampel	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Chow	47
Tabel 4. 4 Hasil Uji Hausman.....	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Lagrange Multiplier	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokolerasi	52
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4. 13 Ringkasan Hasil Penelitian	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pergerakan Saham INDF Tahun 2021 – 2025	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Sebelum <i>Outlier</i>	50
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Setelah <i>Outlier</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penelitian	76
Lampiran 2. Hasil Output E-Views 12	78
Statistik Deskriptif	78
Uji Pemilihan Model.....	79
Common effect model (CEM)	79
Fixed effect model (FEM)	79
Random effect model (REM)	80
Uji Chow.....	81
Uji Hausman	82
Uji Lagrange Multiplier	83
Uji Asumsi Klasik.....	84
Uji Normalitas.....	84
Uji Multikolinearitas.....	84
Uji Heteroskedestisitas	85
Uji Autokorelasi.....	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Dalam kondisi ketidakstabilan ekonomi yang berpotensi memengaruhi kinerja sebuah perusahaan, investor perlu mengambil keputusan investasi yang fleksibel dan sesuai dengan perubahan siklus ekonomi. Nilai perusahaan menunjukkan seberapa besarnya nilai ekonomi suatu perusahaan di mata kreditur, investor, dan pemangku kepentingan lainnya. Nilai perusahaan sering dijadikan indikator utama dalam menilai kinerja dan prospek jangka panjang suatu entitas bisnis. Perusahaan bukan hanya bertujuan untuk mencapai laba jangka pendek, namun memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Ukuran nilai Perusahaan menentukan kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa depan berkorelasi positif dengan nilainya. Menurut Jensen dan Meckling (1976) nilai perusahaan yang meningkat mencerminkan kemampuan manajemen dalam menjalankan strategi operasional, efisiensi keuangan, dan pengambilan keputusan yang tepat. Perusahaan dengan nilai yang tinggi umumnya memiliki kemampuan untuk bertahan di tengah persaingan dan dinamika pasar yang terus berubah. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui kapitalisasi pasar, rasio keuangan tertentu (seperti *Tobin's Q* atau *Price to Book Value*), serta persepsi pasar terhadap manajemen dan fundamental perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan seberapa besar perusahaan dihargai oleh pasar secara keseluruhan, bagi bisnis yang memiliki fokus pada sektor *consumer non cyclicals* nilai perusahaan menjadi aspek yang sangat krusial karena sektor ini menawarkan produk-produk penting yang dibutuhkan masyarakat secara terus-menerus, terlepas dari kondisi ekonomi.

Produk seperti makanan, minuman, obat-obatan, dan barang kebutuhan rumah tangga memiliki permintaan yang relatif stabil sepanjang waktu, sehingga perusahaan di sektor ini diharapkan mampu menjaga kinerja keuangan yang konsisten. Dalam situasi seperti ini, nilai perusahaan adalah ukuran utama untuk menilai kualitas manajemen dan prospek masa depan serta keuangan perusahaan. Menurut Rahmawati, Haq dan Oktaviani (2024) nilai perusahaan sangat penting karena berperan sebagai tolak ukur daya tarik investasi jangka panjang, investor cenderung menaruh minat pada perusahaan dengan nilai tinggi karena dianggap memiliki fundamental yang kuat, arus kas yang sehat, dan risiko yang lebih rendah daripada perusahaan di sektor lain yang terkena dampak siklus ekonomi.

Nilai Perusahaan yang tinggi membuka peluang lebih besar bagi perusahaan untuk mengakses sumber pendanaan, baik melalui pinjaman perbankan dengan bunga yang kompetitif maupun dengan menerbitkan saham baru. Akses pendanaan ini penting untuk mendukung ekspansi, inovasi produk, dan efisiensi operasional, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi perusahaan di pasar. Tidak hanya itu, nilai perusahaan juga berkaitan erat dengan reputasi dan citra merek. Menurut Billa dan Fidiana (2022) perusahaan yang memiliki nilai tinggi umumnya dipersepsikan sebagai perusahaan yang sehat secara operasional dan terpercaya, baik oleh konsumen, pemasok, maupun mitra bisnis. Ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat daya tawar perusahaan dalam rantai pasok. Dalam jangka panjang, nilai perusahaan yang tinggi juga memberikan perlindungan terhadap gejolak ekonomi atau krisis pasar, karena perusahaan dapat mempertahankan struktur keuangan yang kuat dan strategi bisnis yang adaptif.

Di perusahaan sektor *consumer non cyclicals*, ada banyak variabel yang memengaruhi nilai bisnis, mulai dari kekuatan merek, efisiensi distribusi, inovasi produk, hingga kepatuhan terhadap regulasi kesehatan dan lingkungan.

Menurut Pangestuti dan Said (2024) perusahaan di sektor ini dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada penciptaan nilai jangka panjang melalui tata kelola yang baik, inovasi berkelanjutan, dan komitmen terhadap tanggung jawab sosial. Dengan demikian, nilai perusahaan bukan sekadar angka di laporan keuangan, melainkan representasi dari persepsi pasar terhadap seluruh aspek operasional dan strategis perusahaan. Dalam sektor *consumer non cyclicals* yang sangat kompetitif namun stabil, untuk tetap relevan, dipercaya, dan mampu tumbuh secara berkelanjutan, perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan nilainya.

Menurut Sukma (2021), memaksimalkan harga saham adalah salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kenaikan harga saham akan memberikan keuntungan bagi para pemegang saham, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan mereka. Nilai perusahaan memegang peranan penting dalam mencerminkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan, baik saat ini maupun dalam jangka panjang. Keyakinan investor terhadap prospek masa depan perusahaan berkorelasi positif dengan nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh Ismiyatun, Aryani, dan Ispriyahadi (2021) yang menyatakan bahwa harga saham adalah salah satu indikator yang dapat menunjukkan nilai suatu perusahaan. Harga saham menunjukkan nilai perusahaan, dari mana semua pemegang saham dan investor mengharapkan yang terbaik darinya.

Karena saham perusahaan di Bursa Efek Indonesia dimiliki oleh masyarakat umum, agar mereka dapat membuat keputusan investasi yang tepat, penting bagi mereka untuk memahami bagaimana bisnis bekerja. Salah satu sektor yang ada di BEI adalah sektor *consumer non cyclicals* (sektor barang konsumen primer), ini adalah sektor industri yang terdiri dari berbagai bisnis yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat sehingga dapat dikatakan bahwa sektor ini tidak bergantung pada kondisi ataupun dinamika ekonomi (Nadya, 2023).

Produk yang dihasilkan tetap dikonsumsi secara konsisten, baik saat ekonomi tumbuh maupun mengalami penurunan. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi karakteristik pada sektor ini yaitu, permintaan yang stabil dan, produk kebutuhan pokok, dan bertahan di siklus ekonomi apapun. Dari sisi kacamata investor, saham sektor *consumer non cyclicals* sering kali direkomendasikan karena risiko yang relatif rendah saat kondisi pasar tidak menentu.

Oleh karena itu, para investor tentu memiliki ekspektasi bahwa saham ini akan tetap mampu bertahan meskipun kondisi ekonomi sedang tidak stabil. Namun, pada kenyataannya tidak berjalan demikian. Pelemahan indeks juga terjadi pada tahun 2021, di mana tercatat turun sebesar 16,04 persen sepanjang tahun dan menempati posisi kedua sebagai sektor dengan kinerja terburuk dalam indeks sektoral (Ramadhansari, 2022).

Namun, di tengah tekanan yang dihadapi sektor *consumer non cyclicals*, beberapa emiten tetap menunjukkan ketahanan yang kuat, salah satunya adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF). Jika mengacu pada grafik pergerakan saham INDF dari tahun 2021 hingga 2023 (yang merupakan periode pemulihan pascapandemi Covid-19) dapat terlihat bahwa saham ini menunjukkan kecenderungan menguat secara bertahap. Meskipun sempat mengalami fluktuasi, terutama di pertengahan 2022, secara keseluruhan tren jangka menengahnya cenderung positif, dengan kenaikan signifikan mulai akhir 2023 hingga awal 2025. Hal ini mencerminkan keyakinan investor terhadap fundamental perusahaan serta daya tahan bisnis Indofood dalam menyediakan kebutuhan pokok, yang tetap dibutuhkan dalam berbagai kondisi ekonomi.

Berikut adalah gambar mengenai tren pergerakan saham INDF dari tahun 2021 hingga 2025:



Sumber: *Trading View*, 2025

Gambar 1.1. Pergerakan Saham INDF Tahun 2021 – 2025

Dalam kondisi ekonomi yang bergerak sangat dinamis, penting bagi perusahaan untuk mampu bertahan dan beradaptasi. Salah satu faktor kunci untuk menjaga keberlangsungan tersebut adalah dengan mempertahankan dan memberikan peningkatan dalam nilai perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan sendiri dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan penjualan dan *leverage* suatu perusahaan. Menurut Ismiyatun *et al.* (2021), profitabilitas merupakan faktor krusial dalam memastikan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Profitabilitas memberikan gambaran mengenai efektivitas perusahaan dalam mencapai target keuangannya, dan secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Yanti dan Darmayanti (2019), profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan karena dapat menarik investor. Respons ini berpotensi mendorong kenaikan harga saham di pasar, yang pada akhirnya memperkuat persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah likuiditas. Likuiditas juga dipandang sebagai elemen penting dalam aspek pendapatan, karena menunjukkan besarnya modal kerja yang dibutuhkan perusahaan untuk membiayai aktivitas operasionalnya (Ismiyatun *et al.*, 2021).

Likuiditas yang terjaga dengan baik dapat meningkatkan kepercayaan investor, karena menunjukkan manajemen keuangan yang sehat dan kesiapan perusahaan dalam menghadapi risiko jangka pendek.

Perencanaan, pengendalian, dan pemantauan likuiditas perusahaan yang baik sangat penting, karena hal tersebut dapat membantu mengurangi risiko kegagalan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek serta mencegah kelebihan aset lancar yang tidak efisien. Oleh karena itu, untuk mempertahankan stabilitas dan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan pemodal, pengelolaan likuiditas yang ideal sangat penting.

Selain likuiditas dan profitabilitas, komponen lain yang dapat memengaruhi nilai bisnis adalah *leverage*. Keputusan dan kebijakan mengenai penggunaan *leverage* sangat penting bagi perusahaan, karena rasio *leverage* yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui manfaat pajak yang diperoleh dari pengurangan pajak atas pembayaran bunga utang (Ismiyatun *et al.*, 2021). Menurut Radja dan Artini (2020), *leverage* adalah ukuran seberapa banyak utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai operasinya. Penggunaan utang yang tidak dikelola dengan baik dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan, yang pada gilirannya dapat menurunkan nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan adalah komponen terakhir yang dapat memengaruhi nilai bisnis. Investor lebih suka menanamkan modalnya pada bisnis yang terus mengalami pertumbuhan penjualan (Apriliyanti, Hermi, & Herawaty, 2019). Ini disebabkan oleh fakta bahwa peningkatan penjualan menunjukkan peningkatan permintaan terhadap barang dan jasa yang dijual oleh bisnis, yang pada gilirannya dapat menghasilkan peningkatan pendapatan dan laba. Peningkatan pendapatan dan laba ini menunjukkan kinerja keuangan yang baik, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

Menurut Iskandar (2021), penjualan yang relatif stabil dan terus meningkat dalam suatu perusahaan memudahkan perusahaan tersebut untuk memperoleh dana eksternal atau aliran utang guna meningkatkan operasionalnya. Peneliti ingin meneliti kembali elemen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena ada perbedaan dalam hasil dari berbagai penelitian sebelumnya. Oleh sebab itu, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclical* Periode 2021-2023”**.

2. Identifikasi Masalah

Permasalahan dengan penelitian ini adalah variasi yang sering terjadi dalam hasil penelitian. Hasil penelitian yang diperoleh dari Reschiwati, Syahdina, dan Handayani (2020), Jihadi *et al.* (2021), Sukma (2021), Wahyuningrum dan Sunarto (2023) menunjukkan bahwa likuiditas meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan positif. Di sisi lain, penelitian Bahraini, Endri, Santoso, Hartati, Pramudena. (2021) serta Utami dan Widati (2022) membuktikan bahwa likuiditas berdampak negatif pada nilai perusahaan. Studi milik Febriana dan Anismadiyah (2024), Fauzi dan Setiawati (2023), Ningsih dan Sari (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak terpengaruh secara signifikan oleh likuiditas.

Penelitian Adnyani dan Suaryana (2020), Jihadi *et al.* (2021), Febriana dan Anismadiyah (2024), Wahyuningrum dan Sunarto (2023), Fauzi dan Setiawati (2023), Ningsih dan Sari (2019) menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Di sisi lain, studi penelitian milik Hidayat dan Khotimah (2022) dan Saddam, Ali dan Ali (2021) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Reschiwati *et al.* (2020), Iskandar (2021), dan Patimah *et al.* (2025) menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Studi penelitian Margono dan Gantino (2021) membuktikan bahwa *leverage* menghasilkan dampak positif yang signifikan pada nilai perusahaan. Penelitian Sukma (2021), Wahyuningrum dan Sunarto (2023), dan Patimah *et al.* (2025) menunjukkan bahwa *leverage* mengurangi nilai perusahaan. Di sisi lain, penelitian milik Ningsih dan Sari (2019) membuktikan bahwa *leverage* tidak memberikan dampak relevan signifikan dengan nilai perusahaan.

Menurut penelitian Adnyani dan Suaryana (2020), pertumbuhan penjualan memiliki efek yang baik dan signifikan pada nilai perusahaan. Studi Patimah *et al.* (2025) memberikan bukti bahwa peningkatan penjualan memiliki efek negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Di sisi lain, penelitian Iskandar (2021), Akmalia dan Aliyah (2022), dan Apriliyanti dkk. (2019) membuktikan bahwa peningkatan penjualan tidak mengubah nilai perusahaan secara signifikan.

Penelitian ini mereplikasi studi Reschiwati *et al.* (2020), dengan perbedaan pada variabel independen, sampel, dan periode penelitian. Studi sebelumnya menggunakan likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Di sisi lain, penelitian ini akan menggunakan variabel independen yang memuat likuiditas, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan. Sampel penelitian sebelumnya terdiri dari perusahaan sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia, sedangkan sekarang sampel yang digunakan sampel dari sektor *consumer non cyclicals*. Periode penelitian sebelumnya mencakup 2014-2018, sedangkan penelitian ini fokus pada 2021-2023.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan masalah yang teridentifikasi, penelitian ini menganalisis bagaimana pengaruh likuiditas, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel bebas terhadap nilai perusahaan sebagai variabel terikat. Populasi penelitian ini dibatasi pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun yaitu tahun 2021-2023.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan?
- b. Apakah profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan?
- c. Apakah *leverage* mempengaruhi nilai perusahaan?
- d. Apakah pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan bukti langsung tentang bagaimana likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan.
- b. Mendapatkan bukti langsung tentang bagaimana profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan.
- c. Mendapatkan bukti langsung tentang dampak *leverage* terhadap nilai perusahaan.
- d. Mendapatkan bukti langsung tentang bagaimana peningkatan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Manfaat

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat kepada berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi Praktisi dan Investor

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan strategis tentang perusahaan di sektor *consumer non cyclicals* yang menjadi subjek studi. Penelitian ini akan berkonsentrasi terutama pada menemukan elemen penting yang memengaruhi nilai perusahaan.

Manajemen dapat membuat kebijakan keuangan dan operasional yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis dengan memahami bagaimana likuiditas, profitabilitas, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu investor membuat keputusan investasi yang lebih baik.

b. Bagi Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dengan memberikan pemahaman tentang berbagai komponen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan sektor *consumer non cyclicals*. Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan saat ini tidak hanya memperkaya ilmu pengetahuan di bidang keuangan perusahaan, tetapi juga memberikan wawasan baru bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan dalam memahami dinamika yang memengaruhi nilai perusahaan di tengah fluktuasi ekonomi global.

DAFTAR BACAAN

- Adnyani, I. G. N. S., & Suaryana, I. G. N. A. (2020). The Effect of Company Sizes, Sales Growth, And Profitability On Firm Values. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(6), 265-271.
- Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., Munthe, S. A., Hulu, V. T., et al. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Afiary, M. A., Norisanti, N., & Nurmala, R. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, Ukuran Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4236-4246.
- Akmalia, A., & Aliyah, S. A. (2022). The role of financial performance in mediating the effect of institutional ownership, company size and sales growth on firm value. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 274-279.
- Alfarizi, E. M., Munandar, A., & Pratiwi, A. (2023). Analisis Pengaruh Sales Growth Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Primarindo Asia Infrastruktur Tbk. *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Auditing)*, 4(1), 249-261.
- Apriliyanti, V., Hermi, H., & Herawaty, V. (2019). Pengaruh kebijakan hutang, kebijakan dividen, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan kesempatan investasi terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), 201-224.
- Aurelian, M., & Sha, T. L. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(1), 1586-1593.
- Ariana, F., Supraptiningsih, J. D., & Rosida, S. A. (2024). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 2460–2469.
- Bahraini, S., Endri, E., Santoso, S., Hartati, L., & Pramudena, S. M. (2021). Determinants of firm value: A case study of the food and beverage sector of Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 839-847.
- Basuki, A. T. & Prawoto, N. (2022). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews (2nd ed.)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

- Billa, F. S., & Fidiana, F. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
- Chandrawati, D. & Sha, T. L. (2022). Pengaruh Profitability, Leverage, Firm Size, dan Dividend Policy Terhadap Firm Value. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 4(1), 150-158.
- Dewantoro, A., & Thaib, I. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(1), 25-44.
- Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). Pengaruh Sales Growth dan Firm Size terhadap nilai Perusahaan pada Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Dwiputra, T. & Viriany (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(3), 982-990.
- Fauzi, I. M. & Setiawati, E. (2023). The Effects of Liquidity, Leverage, Firm Size, and Profitability on Firm Value (Empirical Study of Mining Companies Listed on the IDX for Period 2017-2021). *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science*, 6(4), 263-270.
- Fahlevi, A. R., Sedovandara, D. F., Daffa, M. A., Dzikri, M. A. A., & Faizi, M. F. N. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Sales Growth, dan Gender Diversity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11(1), 49-58.
- Febriana, H., & Anismadiyah, V. (2024). Liquidity, Profitability, Firm Size and Leverage on Company Value. *IJESS International Journal of Education and Social Science*, 5(1), 124-133.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*. Edisi Kesepuluh. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hakim, M. Z., & Apriliani, D. (2020). Effect of Profitability, Liquidity, Sales Growth, Business Risk, and Asset Structure on Capital Structure. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 3(2), 224-243.
- Hery. (2017). *Accounting Theory Concepts and Analysis Approach*. Jakarta: PT Grasindo

- Hidayat, I. & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2018-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1-8.
- IDX. (n.d.). <https://www.idx.com>
- Iskandar, D. (2021). The effect of profitability and sales growth on company value moderated by leverage. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 3(5), 2582-0265.
- Ismiyatun, I., Aryani, N., & Ispriyahadi, H. (2021). Determinants of firm value: evidence from listed insurance companies in Indonesia. *Diponegoro International Journal of Business*, 4(2), 82-94.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(3), 0423-0431.
- Kriyantono R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran (Edisi 2, Cetakan 8)*. Jakarta: Kencana.
- Kurniasari, E., & Listiawati. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Struktur Aset Terhadap Struktur Modal Perusahaan. *Jurnal Cafetaria*, 2(2), 1-14.
- Margono, F. P. & Gantino, R. (2021). The Influence of Firm Size, Leverage, Profitability, and Dividend Policy on Firm Value of Companies in Indonesia Stock Exchange. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 10(2), 45-61.
- Melananda, W., & Sari, W. O. I. (2024). The Influence of Company Size, Profitability, and Sales Growth on Capital Structure. *Journal of Social Research*, 3(2), 539-551.
- Nadya, K. (2023, 29 Agustus). Apa itu Consumer Non Cyclical: Definisi dan Contoh Sahamnya di Pasar Modal. Diakses pada tanggal 31 Mei 2025. <https://www.idxchannel.com/market-news/apa-itu-consumer-non-cyclical-definisi-dan-contoh-sahamnya-di-pasar-modal>

- Napitupulu, L. Y., Siagian, V., Simamora, P., & Sitinjak, K. (2021). *Pengantar dan Aplikasi Analisis Regresi Berganda: Pendekatan Ekonometri dengan Eviews*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ningsih, S. & Sari, P. S. (2019). Analysis of The Effect of Liquidity Ratios, Solvability Ratios, and Profitability Ratios on Firm Value In Go Public Companies In The Automotive and Component Sectors. *International Journal of Economics, Business, and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(4), 351-359.
- Nuswandari, C., Sunarto, S., & Jannah, A. (2019). Corporate Social Responsibility Moderated the Effect of Liquidity and Profitability on the Firm Value. In *International Conference on Banking, Accounting, Management, and Economics (ICOBAME 2018)* (pp. 87-90). Atlantis Press.
- Paiman, P.A., (2019). *Teknik Analisis Korelasi Dan Regresi Ilmu-Ilmu Pertanian*. Yogyakarta: UPY Press.
- Pangestuti, D., & Said, A. P. (2024). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Risiko Pasar, dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 9(2), 521-539.
- Patimah, S., Sari, D. M., Fatmawati, S., Haripin, H., & Tjahjono, G. A. K. (2025). The Effect of Company Size, Profitability, Leverage, Sales Growth on Firm Value in Food and Beverage Companies Listed on The Indonesian Stock Exchange. *Madani Accounting and Management Journal*, 11(1), 88-110.
- Prihanta, S. M., Hapsari, I., Santoso, S. B., & Wibowo, H. (2023). Effect of Profitability, Leverage, and Liquidity on Company Value with Dividend Policy as A Moderation Variable (In IDX High Dividend Companies 20 Period 2017-2021). *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)*, 2(1), 1-24.
- Purwohandoko. (2017). The influence of firm's size, growth, and profitability on firm value with capital structure as the mediator: A study on the agricultural firms listed in the Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Economics and Finance*, 9(8), 103-110.
- Radja, F. L. & Artini, L. G. S. (2020). The Effect of Firm Size, Profitability and Leverage on Firm Value (Study on Manufacturing Companies Sector Consumer Goods Industry Listed in Indonesian Stock Exchange Period 2017-2019). *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(11), 18-24.

- Rahmawati, N. A., Haq, A., & Oktaviani, A. A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas terhadap Price Book Value dengan Corporate Social Responsibility sebagai Pemoderasi. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 306-320.
- Ramadhansari, I. F. (2022, 25 Januari). IDX Consumer Non-Cyclicals Berpeluang Catatkin Kinerja Positif. Diakses pada tanggal 31 Mei 2025. <https://market.bisnis.com/read/20220125/189/1493279/idx-consumer-non-cyclicals-berpeluang-catatkin-kinerja-positif>
- Rejeki, H. T. & Haryono, S. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(1), 1-9.
- Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020). Effect of Liquidity, Profitability, and Size of Companies on Firm Value. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25(6), 325-331.
- Saddam, M., Ali, O., & Ali, J. (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.
- Sarwono., A. E., & Handayani, A. (2021). *Metode Kuantitatif*. Solo: Unisri Press.
- Satria, Ramli, A., & Amin, A., M. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 102-112.
- Sholatika, N. I. & Triyono (2022). The Effect of Profitability, Liquidity, and Leverage on Company Value with Dividend Policy as Moderating Variables on Consumer Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2018-2020. *International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)* (pp. 343-350). Atlantis Press.
- Simanjuntak, A., Sembiring, Y. N., Goh, T. S., Simanjuntak, G. Y., & Simanullang, N. L. (2023). The Influence of Capital Structure, Liquidity, and Leverage on Firm Value with Profitability as an Intervening Variable in Automotive Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange (IDX) Period 2019-2021. *Journal of Accounting USI*, 5(2), 94-109.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sukma, F. M. (2021). Peran Firm Size, Current Ratio, Debt To Asset Ratio, Dan Return On Equity Terhadap Price To Book Value Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2020. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 47-54.
- TradingView. (n.d.). <https://www.tradingview.com/>
- Utami, N. C., & Widati, L. W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6 (1), 885–893.
- Wahyuningrum, A. D., & Sunarto, S. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 6(1), 122-136.
- Yanti, I., & Darmayanti, N. (2019). The Effect Of Profitability, Firm Size, Capital Structure And Liquidation On Firm Value. *Management E-Journal of Udayana University*, 8(4), 12-21.