

**PENGARUH RETURN ON ASSETS (ROA) DAN RETURN ON EQUITY (ROE)
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021-2024**

Aida Amir ¹, Ahmad Jibrail ²
Universitas Teknologi Sumbawa

<i>Correspondence</i>		
Email: aidaamir030@gmail.com	No. Telp:	
Submitted 13 Agustus 2025	Accepted 13 Agustus 2025	Accepted 13 Agustus 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yang mencerminkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku perusahaan. ROA dan ROE dipilih sebagai indikator kinerja keuangan karena menunjukkan efisiensi perusahaan dalam mengelola aset dan modal pemegang saham untuk menghasilkan laba. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria tertentu seperti perusahaan yang aktif terdaftar selama periode pengamatan dan memiliki data lengkap mengenai variabel penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA dan ROE secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ROE juga berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: *Return on Assets*, *Return on Equity*, Nilai Perusahaan, *Price to Book Value*, Barang Konsumsi, Bursa Efek Indonesia.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Return on Assets (ROA) and Return on Equity (ROE) on firm value in consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021-2024 period. Firm value in this study is measured using Price to Book Value (PBV), which reflects how much the market values the company's book value. ROA and ROE were chosen as financial performance indicators because they show the company's efficiency in managing assets and shareholder capital to generate profits. The research method used is a quantitative approach with secondary data obtained from the company's annual financial statements. The sample was determined using purposive sampling technique, with certain criteria such as companies that were actively listed during the observation period and had complete data on the research variables. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the simultaneous and partial effects of ROA and ROE on firm value. The results showed that ROA and ROE simultaneously have a significant effect on firm value. Partially, ROA has a positive and significant effect on firm value, while ROE also has a positive and significant effect.

Keywords: *Return on Assets*, *Return on Equity*, *Company Value*, *Price to Book Value*, *Consumer Goods*, *Indonesia Stock Exchange*.

Pendahuluan

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang penting dalam dunia investasi karena mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Menurut Damodaran *et al.* (2015), nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai ekonomi yang terikat pada suatu entitas bisnis, yang dilihat oleh investor melalui harga pasar sahamnya. Kapitalisasi pasar, yang dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar, sering kali digunakan sebagai ukuran utama nilai perusahaan. Ukuran ini memberikan gambaran tentang seberapa besar perusahaan tersebut dinilai oleh pasar berdasarkan kinerja keuangan dan ekspektasi pertumbuhannya di masa depan.

Perusahaan yang tinggi sering kali mencerminkan keberhasilan manajemen dalam menjalankan bisnis. Nilai yang tinggi juga dapat menarik lebih banyak investasi, karena investor cenderung memilih perusahaan dengan prospek keuntungan yang stabil dan

berkelanjutan. Dalam konteks perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, nilai perusahaan menjadi indikator penting dalam mempertahankan kepercayaan investor dan daya saing di pasar yang kompetitif (Brigham, 2018). Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja saat ini, tetapi juga oleh ekspektasi masa depan, termasuk inovasi, strategi pertumbuhan, dan pengelolaan risiko. Di pasar modal, perubahan nilai perusahaan sering kali dipengaruhi oleh persepsi investor terhadap faktor-faktor ini, yang tercermin dalam fluktuasi harga saham. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sangat penting, terutama dalam merumuskan strategi yang dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar.

Selain faktor eksternal yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti kondisi ekonomi makro dan kebijakan pemerintah, faktor internal seperti kinerja keuangan juga memainkan peranan penting. Salah satu ukuran kinerja keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Return on Assets* (ROA). ROA mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba, sementara ROE mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan laba dari modal yang dimiliki. Kedua indikator ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset dan ekuitasnya untuk menghasilkan keuntungan yang dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Husnan, 2015).

Dalam konteks perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2024, kinerja keuangan yang baik, yang tercermin melalui ROA dan ROE yang optimal, dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Kinerja yang baik ini tidak hanya mencerminkan manajemen yang efektif, tetapi juga dapat menarik lebih banyak investor yang melihat prospek pertumbuhan dan keuntungan yang stabil (Meyer, 2017). Oleh karena itu, analisis terhadap hubungan antara ROA, ROE, dan nilai perusahaan sangat penting untuk memahami bagaimana perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan daya tariknya di pasar yang kompetitif.

Dalam penelitian ini, objek yang dipilih mencakup perusahaan dari tiga subsektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024, yaitu Makanan dan Minuman, Produk Rumah Tangga, serta Kosmetik dan Perawatan Diri. Pemilihan ketiga subsektor ini didasarkan pada karakteristik khusus yang mencerminkan kestabilan operasional, daya tarik pasar, dan relevansi terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diteliti.

Subsektor Makanan dan Minuman dipilih karena merupakan sektor dengan permintaan yang relatif stabil dari waktu ke waktu. Produk makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang tetap dikonsumsi masyarakat dalam berbagai kondisi ekonomi. Hal ini membuat sektor ini memiliki tingkat ketahanan yang tinggi terhadap gejolak ekonomi dan menjadi daya tarik utama bagi investor. Selain itu, subsektor ini memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan sektor barang konsumsi serta mencerminkan efisiensi manajerial dan profitabilitas yang baik, yang relevan dalam menilai Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), serta nilai perusahaan.

Sementara itu, subsektor Produk Rumah Tangga dipilih karena mencakup produk kebutuhan harian seperti pembersih rumah, alat kebersihan, dan produk fungsional lainnya yang memiliki pasar luas dan loyalitas konsumen tinggi. Perusahaan dalam subsektor ini biasanya memiliki strategi distribusi dan produksi yang efisien, serta margin keuntungan yang kompetitif. Dengan demikian, subsektor ini dapat mencerminkan hubungan yang jelas antara efisiensi operasional dan peningkatan nilai perusahaan di mata investor.

Adapun subsektor Kosmetik dan Perawatan Diri dipilih karena industri ini mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap penampilan dan gaya hidup sehat. Perusahaan dalam subsektor ini sangat bergantung pada inovasi produk, kekuatan merek, dan persepsi konsumen, sehingga sangat sensitif terhadap kinerja keuangan dan persepsi pasar. Selain itu, banyak dari perusahaan

kosmetik Indonesia telah menembus pasar internasional, menjadikan subsektor ini relevan dalam mengkaji nilai perusahaan dari sudut pandang global.

Dari ketiga subsektor yang menjadi objek penelitian, yaitu Makanan dan Minuman, Produk Rumah Tangga, serta Kosmetik dan Perawatan Diri, dapat kita lihat bahwa nilai perusahaan menunjukkan variasi yang mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek dan kinerja keuangan masing-masing perusahaan. Berikut adalah jumlah nilai Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024

Tabel 1. 1 Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024

Perusahaan	2021	2022	2023	2024
INDF	9.90729	10.6632	11.4424	12.4136
ICBP	4.71143	4.92865	5.32579	5.74934
MYOR	508.081	574.036	683.496	764.912
AMRT	227.041	276.239	378.215	426.157
ULTJ	494.137	559.971	643.091	714.252
GOOD	82.4501	90.8302	105.947	108.565
BTEK	33.744	25.9935	23.9176	9.99407
CEKA	1.2638	1.41199	1.49601	1.73878
UNVR	88.6301	56.3373	113.27	104.777
MLPT	510.282	439.692	380.666	360.206
MRAT	801.86	961.182	938.998	1340.32
KAEF	1060.39	1440.9	1151.01	1419.7

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Dari Tabel 1.1 di atas, dapat kita lihat bahwa nilai perusahaan mengalami fluktuasi yang berbeda-beda pada masing-masing emiten selama periode 2021 hingga 2024. Beberapa perusahaan menunjukkan tren peningkatan yang konsisten, seperti INDF, yang meningkat dari 9,91 pada tahun 2021 menjadi 12,41 pada tahun 2024, serta MYOR, yang meningkat secara signifikan dari 508,08 menjadi 764,91 pada periode yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut memiliki kinerja yang relatif stabil dan berhasil meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai mereka.

Sementara itu, terdapat juga perusahaan yang mengalami penurunan nilai, seperti MLPT, yang menurun dari 510,28 pada tahun 2021 menjadi 360,21 pada tahun 2024, dan BTEK, yang menurun cukup tajam dari 33,74 menjadi hanya 9,99. Penurunan ini bisa mencerminkan tantangan internal, penurunan kinerja keuangan, atau faktor eksternal seperti tekanan pasar dan persaingan industri.

Penelitian ini penting dilakukan mengingat nilai perusahaan merupakan indikator utama yang mencerminkan persepsi investor terhadap prospek jangka panjang suatu entitas bisnis. Kenaikan nilai perusahaan dapat meningkatkan daya tarik investasi, sedangkan penurunan dapat menjadi sinyal risiko yang harus diwaspadai. Di sisi lain, ketidakpastian kebijakan pemerintah juga mempengaruhi perusahaan barang konsumsi. Kebijakan fiskal, perubahan pajak, dan regulasi lainnya dapat mempengaruhi biaya operasional dan profitabilitas perusahaan (Rahmawati, 2021). Perusahaan yang dapat beradaptasi dengan perubahan kebijakan ini biasanya dapat mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaan mereka, sementara perusahaan yang tidak dapat beradaptasi mungkin mengalami penurunan nilai.

Faktor-faktor eksternal tersebut, persaingan yang semakin ketat di sektor barang konsumsi turut memengaruhi nilai perusahaan. Banyak perusahaan saling berlomba untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, baik dengan inovasi produk maupun strategi pemasaran yang lebih efektif. Perusahaan yang dapat unggul dalam persaingan ini, dengan strategi yang tepat, biasanya dapat memperkuat kinerja keuangan mereka dan meningkatkan nilai perusahaan (Yuliana, 2020).

Berbagai faktor ini menunjukkan bagaimana dinamika pasar, kebijakan pemerintah, dan perilaku konsumen dapat memengaruhi nilai perusahaan. Kinerja keuangan yang baik, yang tercermin dari *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), menjadi salah satu faktor penting yang dapat memperkuat nilai perusahaan. Namun, faktor eksternal seperti ketidakpastian ekonomi dan persaingan industri juga memainkan peran yang signifikan dalam menentukan persepsi pasar terhadap Perusahaan (Ross *et al*, 2010). Dinamika pasar modal Indonesia menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan mengelola aset dan ekuitas yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan. Dua indikator utama yang digunakan untuk mengukur efisiensi tersebut adalah *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), yang keduanya berperan penting dalam menentukan nilai perusahaan di pasar.

Return on Assets (ROA) menggambarkan sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Di pasar barang konsumsi, di mana persaingan sangat ketat, perusahaan dengan ROA yang tinggi dianggap lebih efektif dalam mengelola sumber daya yang ada, sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar meskipun dalam kondisi ekonomi yang menantang. Oleh karena itu, investor cenderung melihat perusahaan dengan ROA yang tinggi sebagai perusahaan yang lebih stabil dan memiliki potensi pertumbuhan yang lebih baik. Hal ini akan mencerminkan nilai perusahaan yang lebih tinggi di pasar (Kasmir, 2018).

Di sisi lain, *Return on Equity* (ROE) mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari modal yang disuntikkan oleh pemegang saham. ROE menjadi indikator penting karena menunjukkan efisiensi perusahaan dalam memberikan pengembalian atas investasi yang ditanamkan oleh pemegang saham. Semakin tinggi ROE, semakin besar pengembalian yang diterima investor atas modal mereka. Dalam sektor barang konsumsi, perusahaan dengan ROE yang tinggi sering dianggap memiliki manajemen yang lebih baik dan strategi bisnis yang lebih efisien, yang membuatnya lebih menarik di mata investor. Dengan ROE yang baik, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang pada gilirannya akan mendorong peningkatan nilai perusahaan di pasar saham (Brigham, 2016).

Meskipun ROA dan ROE mengukur hal yang sedikit berbeda ROA berfokus pada efisiensi aset, sedangkan ROE berfokus pada pengembalian atas ekuitas kedua variabel ini saling terkait erat dalam memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ROA tinggi menunjukkan efisiensi dalam penggunaan aset, yang berpotensi menghasilkan laba lebih besar. Jika laba tersebut dikelola dengan baik untuk meningkatkan ekuitas perusahaan, maka ROE perusahaan juga akan meningkat (Kasmir, 2018). Hal ini menciptakan sinergi yang positif, di mana peningkatan efisiensi dalam penggunaan aset (ROA) akan berkontribusi pada pengembalian yang lebih tinggi bagi pemegang saham (ROE), yang akhirnya mendorong nilai perusahaan lebih tinggi di mata investor.

Dengan demikian, baik ROA maupun ROE menjadi indikator penting dalam menentukan bagaimana pasar menilai kinerja perusahaan. Keduanya mencerminkan efisiensi dan potensi pertumbuhan perusahaan, yang berkontribusi langsung terhadap persepsi pasar dan nilai perusahaan. Investor cenderung memberikan nilai lebih tinggi kepada perusahaan yang menunjukkan kinerja keuangan yang kuat, yang tercermin dalam ROA dan ROE yang baik (Nofsinger, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam “Pengaruh ROA dan ROE terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024” dengan tujuan untuk memahami bagaimana rasio-rasio tersebut mencerminkan kinerja keuangan dan dampaknya terhadap persepsi pasar modal.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur, menganalisis, dan menguji hubungan antar variabel dalam bentuk numerik. Pendekatan ini berfokus pada pengumpulan data berupa angka-angka yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Dalam konteks penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen, yaitu Return on Assets (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Menurut Chandrarin (2018), penelitian kausal bertujuan untuk memahami hubungan sebab-akibat dengan mengukur sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi antara lain mean, maksimum, minimum dan standar deviasi. Untuk dapat mengetahui lebih jelas mengenai deskripsi dari variabel penelitian ini, maka dapat dilihat dari ringkasan hasil statistik deskriptif berikut:

Tabel 3. 1 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	48	3,31	1615,25	51,8137	231,63179
X2	48	,00	2,50	,4200	,68072
Y	48	1,20	2231,85	371,9052	709,88938
Valid N (listwise)	48				

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, nilai N menunjukkan banyaknya data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu sebanyak 48 data sampel yang diperoleh dari 12 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama jangka waktu 4 tahun periode 2021 -2024.

1. Variabel Y memiliki nilai minimum sebesar 1,20 dan maksimum sebesar 2.231,85. Rata-rata (mean) dari nilai perusahaan adalah sebesar 371,9052 dengan standar deviasi sebesar 709,88938. Nilai standar deviasi yang jauh lebih besar dibandingkan nilai rata-ratanya menunjukkan adanya penyebaran data yang sangat tinggi. Ini menandakan bahwa terdapat variasi besar dalam nilai perusahaan antar sampel, serta adanya kemungkinan nilai ekstrem (outlier) yang dapat memengaruhi keakuratan dan normalitas distribusi data.
2. Variabel *Return on Assets* (ROA) memiliki nilai minimum sebesar 3,31 dan nilai maksimum sebesar 1.615,25. Nilai rata-ratanya adalah 51,8137 dengan standar deviasi sebesar 231,63179. Perbedaan antara nilai maksimum dan rata-rata yang sangat besar, serta tingginya standar deviasi, menunjukkan bahwa data ROA memiliki sebaran yang sangat lebar. Hal ini menunjukkan adanya ketidakhomogenan dalam profitabilitas perusahaan serta indikasi keberadaan outlier yang signifikan.
3. Variabel *Return on Equity* (ROE) memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan maksimum sebesar 2,50. Rata-ratanya adalah 0,4200 dan standar deviasi sebesar 0,68072. Nilai

standar deviasi yang relatif kecil dibandingkan dengan nilai rata-ratanya menunjukkan bahwa variabel ROE memiliki distribusi data yang lebih stabil dan homogen. Hal ini mengindikasikan bahwa data ROE tersebar secara merata tanpa adanya nilai yang terlalu ekstrem.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah data dalam penelitian terdistribusi normal atau tidak. Data dinyatakan normal berdistribusi normal apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian ini.

Tabel 3. 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	371,9051667
	Std. Deviation	180,91243807
Most Extreme Differences	Absolute	,419
	Positive	,254
	Negative	-,419
Test Statistic		,419
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,200, yang berarti nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independent di dalam penelitian saling berkorelasi antara satu dengan lainnya. Data dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10. Berikut hasil uji multikolinearitas yang dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROA	,987	1,013
	ROE	,987	1,013
a. Dependent Variable: PBV			

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan Tabel 3.3 diatas, hasil dari uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas, sebab hasil perhitungan nilai tolerance dari tiap variabel independen tidak ada yang menunjukkan hasil kurang dari 0,10 dan hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hasil tiap variabel

independent tidak ada yang lebih dari 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel dalam model regresi ini.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika korelasi antar variabel independent dengan residual diperoleh signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Berikut adalah Hasil uji heteroskedastisitas

Tabel 3. 4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	482,781	6,685		72,223	,000
	X1	-,274	,024	-,438	-11,335	,900
	X2	-193,959	8,216	-,913	-23,608	2,493

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan Tabel 3.4 diatas nilai signifikansinya dari variabel ROA sebesar 0,900 dan variabel ROE sebesar 2,493 yang mana semua variabel independen adalah diatas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini sudah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi dalam suatu model regresi maka dalam penelitian ini digunakan run test. Run test digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. Data dinyatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih dari 0,05. Berikut hasil autokorelasi yang dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,176 ^a	,031	,003	602,59890	2,189

a. Predictors: (Constant), ROE, ROA
b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan tabel diatas, hasil DW test (*Durbin Watson Test*) sebesar 2,189, serta DU adalah 1,6752 (n=48, k=2). Adapun syarat pengujian *Durbin Watson Test* adalah $DW > DU$ dan $DW < 4 - DU$ ($4 - 1,6752 = 2,3249$). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $2,189 > 1,6752$ dan $2,189 < 2,3249$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data pada penelitian ini bebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda karena terdapat lebih dari satu variabel independen. Berikut merupakan hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini.

Tabel 3. 6 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,735	123,126		4,026	,000
	X1	,331	,445	-,108	-,744	,007
	X2	4,030	151,331	-,244	-1,679	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan Tabel 3.6 diatas, hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = 5,735 + 0,331 X_1 + 4,030 X_2 + \varepsilon$$

Dilihat dari persamaan di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 5,735, artinya bila variabel bebas ROA dan ROE dianggap konstan maka Nilai Perusahaan memiliki nilai sebesar 5,735
2. Variabel ROA (X1) pada model regresi linear berganda di atas nilai koefisien sebesar 0,331, artinya apabila nilai ROA meningkat sebesar 1% dan yang lain konstan, maka variabel Nilai Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 0,331
3. Variabel ROE (X2) pada model regresi linear berganda di atas nilai koefisien sebesar 4,030, artinya apabila nilai ROE meningkat sebesar 1% dan yang lain konstan, maka variabel Nilai Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 4,030

Uji Hipotesis**Uji T**

Uji T berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh suatu variabel independen mempengaruhi suatu variabel dependen. Dalam penelitian ini uji statistik t digunakan dalam mengetahui secara parsial pengaruh variabel independen yang diprosikan dengan ROA dan ROE. Kriteria yang digunakan dalam menguji statistik dapat dilihat pada nilai signifikan, maka apabila nilai sig < 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Begitu sebaliknya jika nilai sig > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji t di dalam penelitian ini.

Tabel 3. 7 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,735	123,126		4,026	,000
	X1	,331	,445	-,108	-,744	,007
	X2	4,030	151,331	-,244	-1,679	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan Tabel 3.7 di atas, menunjukkan hasil penelitian untuk Uji T sebagai berikut:

1. Variabel *Return on Assets* (ROA) (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan
2. Variabel *Return on Equity* (ROE) (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, H2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menguji dapat dilihat pada nilai signifikan, maka apabila nilai sig < 0,05 maka secara simultan variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Begitu sebaliknya jika nilai sig > 0,05 maka secara simultan variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji t di dalam penelitian ini.

Tabel 3. 8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77,582	2	769138,791	1,563	,021 ^b
	Residual	9,950	45	492156,443		
	Total	,532	47			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan hasil dari Tabel 3.8 diatas, didapatkan tingkat signifikansi sebesar 0,021. Nilai signifikansi sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa ROA dan ROE secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menggambarkan variasi variabel independen. Nilai R^2 yang kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda maka masing-masing variabel independen secara parsial dan secara simultan mempengaruhi variabel dependen yang dinyatakan dengan R^2 mengetahui seberapa besar pengaruh variabel ROA dan ROE terhadap variabel nilai perusahaan. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi di dalam penelitian ini.

Tabel 3. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,255 ^a	,065	,023	701,53863
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber : Data Sekunder yang diolah IBM *Statistics 26*

Berdasarkan Tabel 3.9 diatas, hasil uji koefisien determinasi memperoleh nilai R Square sebesar 0,650 atau 65%. Dengan demikian menunjukkan bahwa 65% variasi variabel ROA dan ROE mempengaruhi variabel Nilai Perusahaan dan sisanya yaitu 35% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh bahwa hipotesis pertama diterima. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap nilai perusahaan, yang diukur menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV). Hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel ROA sebesar 0,007, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,007 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat ROA perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin melalui PBV. Artinya, perusahaan yang mampu memanfaatkan asetnya secara optimal untuk menghasilkan laba akan memberikan sinyal positif kepada investor mengenai efisiensi operasional dan potensi pertumbuhan perusahaan. Semakin tinggi ROA menunjukkan bahwa manajemen perusahaan berhasil dalam mengelola sumber daya secara produktif, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan investor dan mencerminkan kenaikan nilai perusahaan di pasar. Kondisi ini memperkuat persepsi bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja keuangan yang sehat dan prospek yang menjanjikan, sehingga lebih menarik bagi investor dan mampu meningkatkan harga saham yang tercermin melalui rasio PBV.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori signaling, yang menyatakan bahwa informasi keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan — seperti tingkat profitabilitas (ROA) — berfungsi sebagai sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Dalam konteks ini, tingginya ROA memberikan sinyal bahwa perusahaan dikelola secara efisien dan memiliki potensi untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa depan. Sinyal positif ini akan meningkatkan kepercayaan investor, mendorong permintaan atas saham perusahaan, dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai pasar perusahaan yang tercermin melalui rasio *Price to Book Value* (PBV). Dengan demikian, teori *signaling* terbukti relevan dalam menjelaskan hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode 2021–2024.

Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Agustina (2020), Nabela (2023), Mokoginta et al. (2021), serta Kamiliya (2023), yang juga menemukan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, temuan ini memperkuat bukti empiris bahwa ROA merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai suatu perusahaan.

2. Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh bahwa hipotesis kedua diterima. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan, yang diukur menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV). Hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari ekuitas yang dimiliki, maka semakin besar pula nilai perusahaan di mata investor. ROE mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan, dan ketika nilai ROE tinggi, hal ini menjadi sinyal positif bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang sehat dan memiliki prospek pertumbuhan yang menjanjikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori signaling, yang menyatakan bahwa informasi terkait kinerja keuangan perusahaan, seperti ROE, dapat berfungsi sebagai sinyal bagi investor tentang kualitas dan prospek perusahaan. Sinyal positif ini pada gilirannya meningkatkan kepercayaan investor, yang tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan yang diukur dengan PBV.

Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang serupa, yaitu adanya hubungan positif antara ROE dan nilai perusahaan. Sebagai contoh, Agustina (2020) dan Mokoginta et al. (2021) menemukan bahwa ROE yang tinggi memberikan indikasi bahwa perusahaan berada dalam posisi yang baik untuk menghasilkan keuntungan, yang meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Demikian pula, penelitian oleh Nabela (2023) dan Kamiliya (2023) juga memperkuat bahwa ROE adalah faktor penting dalam menilai nilai perusahaan di pasar. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat pentingnya ROE sebagai indikator kinerja keuangan yang relevan dalam menilai nilai perusahaan, terutama di sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kedua hipotesis dalam penelitian ini diterima.

1. Pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama yang menguji pengaruh *Return on Assets* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan yang diukur melalui kemampuan menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut di mata investor. Temuan ini sejalan dengan teori signaling, yang menyatakan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan yang baik akan memberikan sinyal positif kepada pasar. ROA yang tinggi mencerminkan efisiensi pengelolaan aset dalam menghasilkan laba, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan harga saham serta nilai perusahaan secara keseluruhan.

2. Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua yang menguji pengaruh *Return on Equity* terhadap nilai perusahaan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu memaksimalkan laba dari ekuitas yang dimiliki cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. ROE merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai efektivitas manajemen dalam mengelola modal pemegang saham. Ketika perusahaan menunjukkan ROE yang tinggi, investor akan menilai bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik, pengelolaan keuangan yang sehat, serta potensi pertumbuhan yang tinggi. Hal ini mendukung teori signaling, di mana informasi keuangan yang kuat digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat investor dan meningkatkan nilai pasar perusahaan.

Saran

Adapun saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Penelitian Selanjutnya

Disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan sampel dengan melibatkan perusahaan dari sektor industri lain, tidak hanya terbatas pada sektor tersebut. Hal ini dapat memberikan perspektif yang lebih luas mengenai pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan di berbagai konteks industri.

2. Untuk Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dalam kajian akademik mengenai pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan, terutama dalam industri tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, L. (2021). *Determinan Eksposure Nilai Tukar Dolar (US \$) dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Multinasional di Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Adriyani, R. (2016). *Pengaruh Rasio Profitabilitas (Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) PT. Unilever Indonesia, Tbk) Terhadap Harga Saham PT. Unilever Indonesia, Tbk di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Triwulan 2007-2013*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Botosan, C. A. (1997). *Disclosure level and the cost of equity capital*. *Accounting Review*, 323–349.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2013). *Financial Management: Theory & Practice*. Cengage Learning.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi 14). Salemba Empat.
- Chandrarin, G. (2018). *Metode Riset Akuntansi: Pendekatan Kuantitatif* (Edisi I). Salemba Empat.
- Damodaran, A., Finance, C., Wiley, J., Efni, Y., Hadiwijoyo, D., Salim, U., Rahayu, M., & Achmad, S. (2015). *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 3(9).
- Egam, G. E. Y., Ilat, V., & Pangerapan, S. (2017). *Pengaruh Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), dan Earning Per Share (EPS) terhadap Harga Saham Perusahaan yang Tergabung dalam Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(1), 105–114.
- Elliot, B., & Elliot, J. (2011). *Financial Accounting and Reporting*.
- Fahrizal, H. (2013). *Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE) dan Investment Opportunity Set (IOS) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Jenis Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Ed. 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, M., & Harris, I. (2019). *Analisis pengaruh Debt to Equity Ratio (DER), Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM) terhadap Return Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Consumer Goods di Bursa Efek Indonesia)*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), 263–275.
- Hayati, N. (2022). *Pengaruh Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) terhadap Harga Saham (Studi Kasus PT. Unilever Indonesia Tbk.)*. Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat.
- Junaedi, A. A., Winata, R. H., & Muthmainnah. (2021). *Pengaruh Return On Asset dan Return On Equity terhadap Harga Saham pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode 2016-2020 (Sebelum dan di Masa Pandemi Covid-19)*. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 326–337.

- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kothari, S. P. (2001). *Capital markets research in accounting*. *Journal of Accounting and Economics*, 31, 105–231.
- Kurniawan, D., & Pardistya, I. Y. (2024). *Pengaruh Return On Asset, Return On Equity dan Net Profit Margin terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017–2022*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 333–346. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11069676>
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). *The cost of capital, corporation finance and the theory of investment*. *The American Economic Review*, 48(3), 261–297.
- Nuradawiyah, A., & Susilawati, S. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan*. *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 218–232.
- Prastowo, D. (2015). *Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi* (Edisi 3). UPP STIM YKPN.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., Jeffrey, J., & Jordan, B. D. (2010). *Modern Financial Management* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Setiawan, A. N. (2020). *Pengaruh Return On Asset (ROA), Financing To Deposits Ratio (FDR), Kurs dan Inflasi terhadap Non Performing Financing (NPF) pada Bank Syariah di Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Sha, T. L., & Evelyn, R. (2020). *Pengaruh EPS, PBV, PER, dan Profitability terhadap Return Saham*. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(3), 1138. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i3.9540>
- Spence, M. (1973). *Job Market Signaling*. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana, F. N., & Rahayu, S. (2018). *Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)*. *EProceedings of Management*, 5(2).
- Tumbel, G. A., Tinangon, J., & Walandouw, S. K. (2017). *Pengaruh Laba Akuntansi dan Arus Kas Operasi terhadap Return Saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal EMBA*, 1, 173–183.
- Weston, J. F., & Copeland, T. E. (2014). *Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.