

Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman

Lely Indriaty¹, Pungki Reiman², Gen Norman Thomas³

^{1,2}FEB Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta, Indonesia

³School of Accounting, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia, 11480

Email: lely.indriaty@upi-yai.ac.id, pungki.reiman@upi-yai.ac.id, gen_nt@binus.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Populasi dalam penelitian ini yaitu Perusahaan Sub Sektor Barang dan Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022. Sumber data yang diperoleh dari website BEI (www.idx.co.id) sesuai Tahun Periode yang diteliti. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder dan pengambilan data dengan purposive sampling. Sampel data sekunder yang digunakan adalah 12 Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai perusahaan, dan sedangkan Leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci : Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.

Abstract

This study aims to determine how the influence of Profitability, Leverage, and Company Size on Firm Value. The population in this study are Goods and Consumption Sub-Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019-2022 period. Source of data obtained from the IDX website (www.idx.co.id) according to the year of the period studied. This research is a quantitative research using secondary data and collecting data by purposive sampling. The secondary data samples used were 12 food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Testing in this study using SPSS 23. The results of the study show that Profitability, Leverage, and Firm Size simultaneously have and significant effect on Firm Value, Profitability and Company Size have and significant effect on Firm Value, and while Leverage has no effect on Firm Value.

Keywords: Profitability, Leverage, Firm Size, Firm Value

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan memegang posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena nilai perusahaan dijadikan sebagai tolak ukur utama bagi pembeli saat membeli saham. Nilai perusahaan dapat diamati dengan menggunakan kekayaan pemegang saham yang tinggi. Semakin baik Nilai saham, semakin baik Nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai apabila pihak pengelola atau manajemen perusahaan mempunyai kemampuan untuk menjalin kerja sama yang baik dengan pihak lain khususnya dalam menentukan kebijakan keuangan. Yang dimaksud pihak lain dalam hal

ini adalah shareholder dan stakeholder. Apabila tindakan yang telah dilakukan oleh manajer dengan pihak lain tersebut dapat berjalan seiring, maka permasalahan tidak akan terjadi konflik diantara kedua belah pihak. Namun dalam kondisi nyata, penyelarasan kedua belah pihak tersebut seringkali menemui kendala (Hotner, 2016). Perhitungan ukuran yang biasa digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah price book value. Price Book Value (PBV) merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar tingkat persediaan harga saham di pasar dibandingkan dengan harga nilai buku sahamnya (Irhman Fahmi, 2012: 83). Nilai yang tinggi dari rasio ini menunjukkan bahwa pasar percaya pada potensi

masa depan perusahaan tersebut. Harga saham dibentuk dari interaksi antara penawaran dan permintaan untuk saham karena banyak faktor (Lilie, et al, 2019). Faktor-faktor tersebut antara lain adalah Profitabilitas, leverage, size, dan growth opportunity. Berdasarkan keterbatasan kajian teoritis dan beberapa penelitian sebelumnya, maka peneliti hanya menggunakan tiga variabel yaitu profitabilitas, leverage keuangan dan ukuran perusahaan (size).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam kaitannya dengan penjualan, volume neraca dan ekuitas (Sartono, 2010:122). Perusahaan-perusahaan yang dapat menghasilkan profit yang tinggi memiliki kecenderungan untuk menggunakan lebih banyak dana dari pinjaman untuk mendapatkan manfaat pajak. Profitabilitas merupakan rasio efektivitas pengendalian dalam menghasilkan return yang berasal dari penjualan dan kegiatan investasi. Rasio profitabilitas mencakup margin pendapatan, kekuatan pendapatan fundamental, pengembalian aset, dan pengembalian ekuitas. Weston dan Copeland (1997) mengemukakan bahwa Profitabilitas adalah sejauh mana perusahaan akan memperoleh keuntungan dari penjualan perusahaan dan kegiatan investasi. Apabila profitabilitas perusahaan tinggi maka para stakeholders yang meliputi para kreditur, pemasok dan juga investor mempertimbangkan seberapa besar perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari penjualan perusahaan dan aktivitas investasi.

Masalah lain yang masih mempengaruhi nilai perusahaan adalah leverage. Rasio solvabilitas (leverage) yang menunjukkan hubungan antara hutang perusahaan dengan modal, rasio leverage menunjukkan seberapa jauh perusahaan telah dibiayai dengan bantuan menggunakan hutang atau keuangan dari pihak luar dengan kapasitas perusahaan yang ditentukan dengan bantuan modal (Harahap, 2013). Leverage dapat dipahami sebagai perkiraan peluang yang terkait dengan perusahaan sesuatu. Pendekatan ini, semakin baik leverage menunjukkan bahwa peluang pendanaan juga meningkat. Perusahaan yang memiliki rasio leverage rendah dapat memiliki peluang leverage yang jauh lebih sedikit. Oleh karena itu, jika investor melihat suatu perusahaan yang memiliki banyak aset namun kemungkinan leverage juga

tinggi, maka investor akan berpikir dua kali untuk melakukan investasi di dalam perusahaan tersebut. Masalah ini di khawatirkan kelebihan harta dapat diperoleh dari hutang yang memungkinkan Anda meningkatkan risiko dalam melakukan investasi jika perusahaan tersebut tidak dapat melunasi kewajiban dengan baik pada waktunya. Tingkat utang yang tinggi menandakan perusahaan tidak solvabel jika jumlah utang lebih besar dari total asetnya (Horne, 1994). Perusahaan yang menggunakan pembiayaan utang harus mempertimbangkan pembayaran kewajiban tetap mereka. Oleh karena itu, perusahaan harus teliti dalam menentukan struktur modal yang optimal. Memilih bentuk modal yang kurang optimal dapat menurunkan nilai perusahaan dengan menurunkan profitabilitas, yang dinyatakan dalam eksploitasi kerugian yang dialami perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Dewantari, Cipta, dan Susila (2019) menyatakan bahwa leverage memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan dengan nilai perusahaan. Penelitian A. Nurmindia (2017), Financial leverage (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Sementara penelitian yang dilakukan oleh G.G. Kuriniawan dan Ardiansyah (2020) menunjukkan bahwa variabel Debt Equity Rasio (DER) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Selain profitabilitas dan leverage, salah satu faktor lain yang juga mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan (Susesti dan Wahyuningtyas, 2022). Perusahaan besar bisa mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari pembeli dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena perusahaan besar dianggap memiliki kondisi ekonomi yang kuat. Seperti yang dijelaskan oleh Dwi dan Rahmawati (2022), semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber keuangan, baik yang berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Semakin banyak dana yang diperoleh maka akan semakin baik dalam memberikan dukungan operasional bagi perusahaan secara maksimum, sehingga meningkatkan harga saham perusahaan (Pantow et al, 2016:962). Dengan meningkatnya harga saham perusahaan menunjukkan adanya peningkatan pada nilai Perusahaan.

Adapun gap research dari penelitian ini adalah mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh H. Novelia, A. Sumiati, dan A. Fauzi (2020) menemukan bukti bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Lani dan Sufiyati (2019), ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian P.A.Widiastari dan G.W.Yasa (2018), ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif pada nilai perusahaan. H.L. Baha (2021), ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Rifqah Harahap (2022) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini peneliti akan menguji kembali pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Go Public di Bursa Efek Indonesia dengan periode yang lebih up to date yakni tahun 2019-2022.

RUMUSAN MASALAH

Dengan mengacu pada pembahasan diatas maka penulis memformulasikan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

TUJUAN PENELITIAN

1. Menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.
3. Menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dan mengukur efisiensi dan efektivitas operasional dalam menggunakan aset yang ada (Chen, 2008).

Ang (2007) menjelaskan bahwa, rasio profitabilitas dan rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan, menghasilkan laba melalui kegiatan operasionalnya yang merupakan fokus utama dalam menilai prestasi perusahaan.

Selain dianggap sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada pemodal, laba yang diperoleh perusahaan juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai perusahaan yang dinilai memiliki prospek masa depan yang baik. Efektivitas dinilai dengan menghubungkan antara laba bersih yang didefinisikan dengan berbagai cara terhadap modal yang telah digunakan dalam memperoleh laba. Rasio profitabilitas mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Analisis profitabilitas merupakan suatu analisis yang digunakan dalam mengukur kekuatan laba perusahaan. S. Sanjaya dan M.F. Rizky (2018:286) menjelaskan bahwa: Analisis profitabilitas adalah analisis yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu yang diukur dengan rasio profitabilitas. Profitabilitas adalah salah satu faktor yang bias berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah ROE yang menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola seluruh aktivasinya untuk memperoleh pendapatan.

Menurut Sartono (2012:124) bahwa return on equity merupakan mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari modal yang telah digunakan". Selain itu, Kasmir (2016:201) mencatat bahwa ROE merupakan rasio yang menggambarkan pengembalian atas modal yang digunakan dalam suatu perusahaan. Maka ROE juga merupakan suatu ukuran terkait efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya.

Berdasarkan pendapat para ahli di tersebut maka dapat disimpulkan bahwa return on equity dapat dipergunakan dalam mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih melalui tingkat aset yang tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen modal, yang berarti efisiensi manajemen.

$$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{E}$$

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan jumlah modal. Secara umum tentunya semakin tinggi imbal hasil atau pendapatan maka semakin baik pula posisi perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan sejauh mana suatu perusahaan mengelola total modalnya secara efektif dan mengukur pengembalian investasi yang dilakukan oleh pemilik modal, yang sering disebut sebagai rentabilitas perusahaan.

Leverage

Modal dianggap sebagai salah satu faktor yang diperlukan dalam kegiatan operasional perusahaan sehari-hari. Modal perusahaan dapat berasal dari dana ekuitas atau pinjaman. Penggunaan sumber pembiayaan pada perusahaan, baik dalam jangka waktu cepat maupun jangka waktu yang panjang, dapat menimbulkan pengaruh yang disebut dengan leverage. Pada perspektif keuangan leverage juga mempunyai makna yang sama, yaitu leverage biasa digunakan untuk meningkatkan keuntungan yang diinginkan. Menurut Harahap (2013), leverage adalah rasio yang menggambarkan rasio hutang terhadap modal perusahaan, yang dapat digunakan untuk melihat berapa lama perusahaan dibiayai dengan hutang atau aset pihak luar dengan kapasitas yang dijelaskan oleh modal perusahaan. Sementara itu, menurut Wibowo dan Linawati (2020), financial leverage menunjukkan seberapa besar penggunaan pinjaman digunakan untuk membiayai investasi. Perusahaan tanpa leverage berarti menggunakan 100% dari modalnya.

Menurut Kasmir (2016:154), rasio leverage itu sendiri memiliki manfaat antara lain:

1. Dapat digunakan untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada pihak lain,
2. Menganalisis kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban tetap (seperti pelunasan pinjaman dan bunga)
3. Menganalisis keseimbangan nilai nilai, khususnya antara aset tetap dan modal,
4. Menganalisis sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang,

5. Menganalisis seberapa besar hutang perusahaan mempengaruhi pengelolaan keuangan,
6. Analisis atau mengukur bagian mana dari setiap rupiah yang merupakan modal digunakan sebagai jaminan hutang jangka panjang,
7. Untuk menganalisis berapa banyak uang pinjaman yang akan segera diselesaikan, ada sekian kalinya modal sendiri, dan
8. Manfaat lainnya.

Menurut Sartono (2012:121), untuk mengukur hutang dapat menggunakan debt to equity ratio (DER) yang membandingkan seluruh kewajiban perusahaan, baik hutang maupun hutang jangka panjang dan jangka pendek terhadap modal perusahaan. Semakin tinggi DER, semakin besar total utang relatif terhadap total modal. Rasio hutang terhadap modal sendiri digunakan untuk mengukur total modal perusahaan.

Menurut Sartono (2012:121), debt ratio juga dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{TU}{TMst}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto (2016:313), ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya suatu perusahaan, baik dilihat dari segi nilai saham, nilai penjualan maupun nilai aset. Sementara itu, Horne dan Wachowicz (2013:116) berpendapat bahwa ada banyak cara untuk menentukan ukuran perusahaan yaitu dengan menggunakan kriteria yang berbeda-beda seperti jumlah karyawan, volume penjualan dan nilai aset. UU No.20 Tahun 2008, ukuran kelompok menjadi empat kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan keadaan atau karakteristik organisasi atau perusahaan yang memiliki beberapa ukuran, yang menjadi dasar dapat ditentukan besarnya perusahaan (besar atau kecil), misalnya karyawan yang dipekerjakan oleh perusahaan untuk operasi perusahaan, aset yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai selama periode perusahaan dan jumlah saham yang beredar.

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam penelitian ini pengukuran ukuran perusahaan berkaitan dengan penelitian Setiawan dan Mahardika (2019), dimana ukuran perusahaan diukur dengan nilai logaritma natural total aset. Menurut W.W. Hidayat (2019:69), ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan dengan penentuan skala perusahaan yang dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aktiva, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva.

Menurut metode Brigham and Houston (2018:44), ukuran perusahaan dapat diukur dengan penjualan bersih dan juga dapat tercermin dalam total aset pada neraca akhir tahun. Jumlah total aset dan modal yang digunakan oleh perusahaan mencerminkan ukuran perusahaan.

Lebih lanjut Jogiyanto (2007:282) menyatakan bahwa: Ukuran aktiva dapat digunakan untuk mengukur besarnya suatu perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Menurut Brigham dan Houston (2018:36) ukuran perusahaan diukur melalui:

$$\text{Ukuran perusahaan (size)} = \text{Ln Total Asset}$$

Uraian diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aktiva. Ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Brigham dan Houston (2014) nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai sekarang dari arus kas bebas yang diharapkan di masa depan. Nilai perusahaan merupakan nilai yang ditawarkan kepada para pembeli ketika perusahaan tersebut akan dijual. Tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan, hal ini bermaksud investor dan pembeli (pasar) dapat yakin bahwa kinerja perusahaan saat ini akan berkelanjutan di masa mendatang. Ketika nilai perusahaan tersebut tinggi, maka pasar akan lebih baik menilai kinerja perusahaan melalui pasar modal.

Nilai perusahaan dapat tercermin dari nilai sahamnya. Jika nilai saham perusahaan tinggi, maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga baik, karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai

perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Dewantari, Cipta, dan Susila, 2019). Tandelilin (2011) menjelaskan bagaimana hubungan antara harga pasar dan nilai buku per lembar saham bisa juga dipakai sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai suatu saham, karena secara teoritis nilai pasar suatu saham harus mencerminkan nilai bukunya. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Menurut Brigham dan Houston (2008) terdapat beberapa pendekatan yang digunakan sebagai analisis rasio dalam menilai penilaian market value, pendekatan tersebut antara lain pendekatan price earning ratio (PER), price book value ratio (PBV), market book ratio (MBR), deviden yield ratio, dan deviden payout ratio (DPR). PBV digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini. Rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan atau price book value (PBV), yang menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang telah diinvestasikan. Dalam penelitian ini, penulis memilih Price Book Value (PBV) sebagai indikator nilai perusahaan karena nilai buku banyak digunakan dalam keputusan investasi. Price to Book Value (PBV), yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan investor saat memutuskan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan yang berjalan baik, rasio ini biasanya lebih besar dari satu, menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin tinggi rasio PBV, semakin tinggi investor menghargai perusahaan relatif terhadap aset yang diinvestasikan di perusahaan. Price to book value yang tinggi membuat pasar percaya akan prospek masa depan perusahaan. Pemilik perusahaan juga menginginkan hal ini, karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kekayaan yang besar dari para pemegang saham.

Menurut Brigham dan Houston (2014), nilai perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{P_s}{BVS}$$

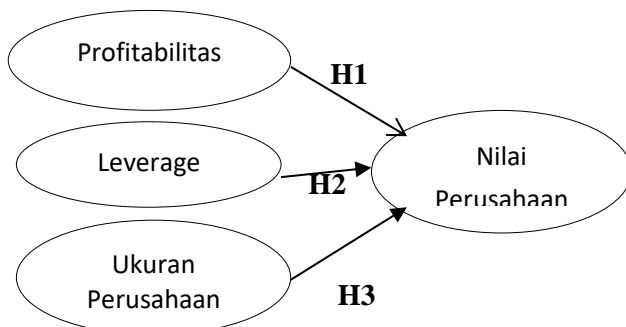
Keterangan:

PBV = Price Book Value

Ps = harga pasar saham perlembar

BVS = nilai buku perlembar saham

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

METODE PENELITIAN

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel

NO.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2022.	42
2.	Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang tidak secara berturut-turut terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.	(13)
3.	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan variabel yang akan diteliti.	(15)
4.	Delisting selama periode pengamatan.	(2)
Jumlah Sampel Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman		12
Jumlah observasi = 4x12		48

Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan tabel 2. menunjukkan nilai statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian dengan jumlah data observasi sebanyak 48 dengan analisis sebagai berikut :

- a. Variabel profitabilitas yang diukur menggunakan laba bersih setelah pajak dibagi dengan total ekuitas menunjukkan nilai minimum dari profitabilitas yaitu

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian ex past facto yaitu tipe penelitian terhadap data yang dikumpulkan setelah terjadinya suatu fakta atau peristiwa. Kemudian peneliti dapat mengidentifikasi fakta dan peristiwa ini sebagai suatu variabel dependen dan variabel independen) Menurut sugiyono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi dalam peneletian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang sudah go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 42 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dengan metode purpose sampling dan diperoleh 12 perusahaan sebagai sampel valid, sebagai berikut :

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan bentuk deskriptif suatu data baik variabel yang digunakan dalam penelitian dan juga menjelaskan tentang data diolah meliputi, jumlah data, minimum, maksimum, mean dan standar deviasi.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas_					
X1	48	-.0091	.2744	.109414	.0805758
Leverage_X2	48	.1167	1.9937	.696331	.5218107
Ukuran					
Perusahaan_	48	27.2250	30.7345	28.480917	1.0099931
X3					
Nilai_Perusa	48	.3013	6.3675	2.548655	1.5527192
haan_Y					

Sumber : Olah data SPSS, 2023

sebesar -0.0091 dan nilai maksimum sebesar 0.2744. Diketahui bahwa nilai rata-rata profitabilitas sebesar 0.109414. Hal ini menunjukkan bahwa setiap rupiah dari aktiva dapat menghasilkan laba sebesar RP 0.109414. Nilai standard deviasi profitabilitas sebesar 0.0805758. Dengan demikian standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa

- penyebaran data profitabilitas merata, artinya tidak terdapat varisasi atau kesenjangan antara nilai minimum dan maksimum.
- b. Variabel leverage yang diukur dengan total hutang dibagi dengan total aset menunjukkan nilai minimum dari leverage yaitu sebesar 0.1167 dan nilai maksimum sebesar 1.9937. Diketahui bahwa nilai rata-rata leverage sebesar 0.696331. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai rupiah dari equity digunakan untuk menjamin hutang sebesar Rp 0.696331. Nilai standar deviasi leverage sebesar 0.5218107. Dengan demikian standar deviasi lebih kecil dari rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data leverage tidak merata, artinya tidak terdapat varisasi atau kesenjangan antara nilai minimum dan maksimum.
 - c. Variable ukuran Perusahaan yang diukur dengan Ln.total asset menunjukkan bahwa nilai minimum dari ukuran perusahaan yaitu sebesar 27.2250 dan nilai maksimum sebesar 30.7345. Diketahui nilai rata-rata dari ukuran perusahaan sebesar 28.480917. Nilai standar deviasi sebesar 1.0099931. dengan demikian standar deviasi lebih kecil dibanding dengan nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data ukuran perusahaan adalah merata, artinya tidak terdapat varisasi atau kesenjangan antara nilai minimum dan maksimum.
 - d. Variable nilai perusahaan yang diukur dengan har per lembar saham dibagi dengan nilai buku per saham menunjukkan bahwa nilai minimum perusahaan yaitu sebesar 0.3013 dan nilai maksimum sebesar 6.3675. Diketahui nilai rata-rata perusahaan sebesar 2.548655. Nilai standar deviasi sebesar 1.5527192. Dengan demikian standar deviasi lebih kecil dari rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data nilai perusahaan merata, artinya tidak terdapat variasi atau kesenjangan antara nilai minimum dan maksimum.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memberikan gambaran nilai analisis data sehingga dapat memenuhi syarat pengujian dalam model regresi yang tepat dan memberikan hasil tidak bias. Apabila dalam uji asumsi klasik tidak terpenuhi, maka hasil analisis data menjadi tidak valid atau menyesatkan. Pengujian asumsi klasik

terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik apabila data tersebut terdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12999830
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.107
	Negative	-.068
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Olah data SPSS 23

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Kolmogrov-Smirnov sebesar 0.200 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan kata lain, model regresi yang digunakan memenuhi uji normalitas.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan pengujian data yang dilakukan dengan tujuan apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antara variabel independen. Model Regresi dikatakan baik jika bebas dari multikolinieritas.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
PROFITABILITAS	.705	1.418
LAVERAGE	.758	1.320
UKURAN PERUSAHAAN	.814	1.228

Sumber : Olah data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4 diatas, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam model regresi

penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan bentuk pengujian data yang bertujuan mengetahui apakah model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian autokorelasi harus dilakukan apabila data yang digunakan penelitian merupakan data runtut waktu (time series). Model dikatakan baik apabila regresi tersebut tidak terjadi autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan ketentuan sebagai berikut.

$$= du < d < 4 - du$$

$$= 1.4064 < d < 4 - du$$

$$= 1.4064 < d < 4 - 1.6708$$

$$= 1.4064 < d < 2.39292$$

Pada tabel 5 menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1.884 yang diartikan nilai Durbin-Watson tersebut lebih besar dari nilai du 1.6708. dan lebih kecil dari 4-du sebesar 2.39292. Dengan demikian dapat disimpulkan H_0 diterima atau data dalam penelitian tersebut terbebas dari autokorelasi, sehingga memenuhi syarat uji auto korelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian data yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Berikut grafik scatterplot dalam

Uji Hipotesis

Tabel 5. Uji Autokorelasi

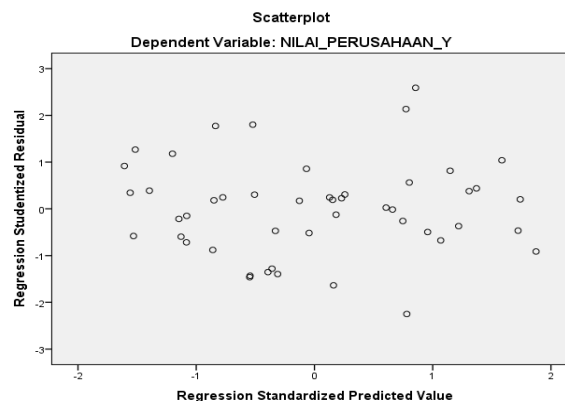
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.615 ^a	.378	.335	1.09765

Sumber : Olah data SPSS 23

Menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel (n=48) dan jumlah variabel bebas 3 (k=3), maka di tabel Durbin-Watson akan didapat nilai batas bawah (dl) sebesar 1.4064 dan nilai batas atas (du) sebesar 1.6708. Berdasarkan tabel syarat pengambilan keputusan uji autokorelasi dengan nilai d (Durbin-Watson), data dinyatakan bebas dari autokorelasi jika :

menentukan ada atau tidak adanya heteroskedastisitas.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 2 scatterplot diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka Y. Sehingga model regresi dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-10.333	5.148		-2.007	.051
PROFITABILITAS_X1	10.402	2.517	.540	4.132	.000

LAVERAGE_X2	-.132	.375	-.044	-.352	.727
UKURAN PERUSAHAAN_X3	.416	.187	.270	2.223	.031

Sumber : Olah data SPSS 23

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Perusahaan Makanan dan Minuman. Berdasarkan perhitungan tabel 6 diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = -10.333 + (10.402) X_1 + (-0.132) X_2 + (0.416) X_3 + \varepsilon$$

Adapun intepretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah :

1. Konstanta sebesar -10,333 artinya jika Profitabilitas (X_1), Leverage (X_2), dan Ukuran Perusahaan (X_3) nilainya 0, maka Nilai Perusahaan (Y) menurun sebesar -10,333.
2. Nilai koefisien regresi variabel Profitabilitas (X_1) bernilai positif sebesar 10,402. Artinya jika variabel lain nilainya tetap dan Profitabilitas mengalami kenaikan 1%, maka Nilai Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 10,402. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara profitabilitas dan Nilai Perusahaan,

3. Koefisien regresi variabel Leverage (X_2) bernilai negatif sebesar -0.132. Artinya jika variabel lainnya nilainya tetap dan Leverage mengalami kenaikan 1%, maka Nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0.132. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Leverage dengan Nilai Perusahaan,.
4. Koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan (X_3) bernilai positif yaitu 0,416 artinya jika variabel lainnya nilainya tetap dan Ukuran Perusahaan mengalami kenaikan 1%, maka Nilai Perusahaan akan mengalami kenaikan 0,416. Koefisien bernilai positif antara Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan, semakin baik Ukuran Perusahaan maka semakin naik Nilai perusahaan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan dengan melihat nilai p-value/signifikansi dan membandingkan antara nilai t_{hitung} dari masing-masing variabel. Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi masing-masing variabel $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-10.333	5.148		-2.007	.051
PROFITABILITAS	10.402	2.517	.540	4.132	.001
LEVERAGE	-.132	.375	-.044	-.352	.727
UKURAN PERUSAHAAN	.416	.187	.270	2.223	.031

Sumber : Olah data SPSS 23

Berdasarkan tabel 7 dihasilkan pengujian sebagai berikut :

1. Variabel Profitabilitas mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 4.132 $>$ dari t_{tabel} 2.01537 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, Maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi

0,001 $<$ 0,05, Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Variabel Leverage mempunyai nilai t_{hitung} sebesar -0,352 $<$ dari t_{tabel} 2.01537 dan nilai signifikansi sebesar 0,727. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, Maka koefisien regresi

tersebut tidak signifikan karena signifikansi $0,727 > 0,05$, Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Variabel Ukuran Perusahaan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,223 >$ dari t_{tabel} 2.01537 dan nilai signifikansi sebesar 0,031. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, Maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi $0,031 < 0,05$, Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan dengan tujuan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Setiap tambahan variabel independen, maka nilai R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen ataupun tidak, oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai “adjusted R^2 ” pada saat mengevaluasi model regresi terbaik.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.615 ^a	.378	.335	1.09765

Sumber : Olah data SPSS 23

Berdasarkan tabel 8 diatas menunjukkan nilai koefisien determinasi (adjusted R^2) sebesar 0,335 atau (33,5%). Hal ini berarti 0,335 variasi Nilai Perusahaan dapat dijelaskan dengan variasi dari variabel Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan. Sementara sisanya sebesar 66,5% (100%-33,5%), dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh keterangan bahwa variabel Profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai

Perusahaan yang ditunjukkan dengan t_{hitung} sebesar $4,132 >$ dari t_{tabel} 2.01537 dan tingkat signifikansi ($0,001 < 0,05$) dengan nilai koefisien regresi sebesar 10,402. Dengan demikian bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Hipotesis H_1 diterima sehingga disimpulkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara teori profitabilitas sebagai faktor penentu yang mempengaruhi nilai perusahaan di mata pemegang saham dan investor. Profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan dijadikan sebagai faktor penentu baik buruknya kinerja ekonomi perusahaan.

Hasil penjualan perusahaan dapat menghasilkan keuntungan. Laba yang tinggi yang dihasilkan sangat mempengaruhi pendapat para investor yang memandang kinerja keuangan perusahaan baik sehingga menyebabkan kenaikan harga saham. Tentunya semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Tentunya perusahaan dengan profitabilitas tinggi tidak lagi membutuhkan tambahan pembiayaan eksternal atau hutang, karena operasional perusahaan cukup dibiayai dari akumulasi laba. Menurut signaling theory, profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek yang baik dari suatu perusahaan, yang direspons dengan peningkatan nilai perusahaan. Pembayaran dividen yang meningkat menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik, sehingga investor tertarik untuk membeli saham yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh N. Manggale dan D. Widyawati (2021) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh W.W. Hidayat (2019) bahwa Return On Equity (Profitabilitas) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji t diperoleh keterangan bahwa variabel Leverage tidak mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $-0,352 <$ dari t_{tabel} 2.01537 dan nilai tingkat signifikansi $0,727$ ($0,727 > 0,05$) dengan nilai koefisien regresi sebesar $-0,132$. Dengan demikian hasil hipotesis dapat dinyatakan Leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Hipotesis H_2 ditolak. Leverage adalah rasio yang digunakan untuk

menggambarkan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh utang (pinjaman). Jika suatu perusahaan menggunakan pembiayaan hutang sebagai kepentingan perusahaan, maka akan berdampak baik bagi perkembangan perusahaan yang akan berpengaruh pada pertumbuhan nilai perusahaan. Telah dijelaskan dalam signaling theory dan agency theory bahwa jika hubungan antara pemegang saham (prinsipal) dan manajemen perusahaan (agen) bekerja sama mewujudkan kepentingannya dengan baik dalam pengelolaan pembiayaan hutang (pinjaman), hal itu dapat mempengaruhi tingginya keuntungan perusahaan karena pembiayaan hutang digunakan untuk kepentingan pengembangan perusahaan yang berdampak pada pertumbuhan nilai perusahaan sehingga investor merespon sinyal positif ini.

Hasil penelitian ini mendukung mendukung hasil yang dilakukan oleh Dewantari, Cipta, dan Susila (2019) menyatakan bahwa leverage memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan dengan nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji t diperoleh keterangan bahwa variabel Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,223 >$ dari t_{tabel} 2.01537 dan nilai tingkat signifikansi $0,031$ ($0,031 < 0,05$) dengan nilai koefisien sebesar $0,416$. Dengan demikian hasil hipotesis dapat dinyatakan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, hipotesis H_3 diterima.

Perusahaan dengan ukuran yang besar lebih dipercaya investor dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran kecil karena perusahaan dengan ukuran yang besar dianggap lebih memiliki kondisi yang relatif stabil. Kondisi ini lebih mempermudah perusahaan untuk mendapatkan dana atau modal. Ketika perusahaan memiliki total aset yang besar, manajemen lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada. Kebebasan manajemen seperti itu sebanding dengan kekhawatiran pemilik asetnya. Juga, sejumlah besar aset dapat mengurangi nilai perusahaan jika dari sudut pandang pemilik perusahaan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dianggap memiliki "nilai" yang lebih besar. Signalling theory dan agency theory menjelaskan bahwa manajemen sebagai

manajer (agent) termotivasi untuk mengelola sumber daya aset perusahaan dengan baik guna meningkatkan output perusahaan sehingga perusahaan tumbuh dan berkembang meningkatkan nilai perusahaan sehingga investor merespon positif sinyal tersebut. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh H. Novelia, A. Sumiati, dan A. Fauzi (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis pembahasan yang telah dilakukan diatas, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Profitabilitas mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $4.132 >$ dari t_{tabel} 2.01537 dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, Maka variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman.
2. Variabel Leverage mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $-0,352 <$ dari t_{tabel} 2.01537 dan nilai signifikansi sebesar $0,727 > 0,05$, Maka variabel Leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Barang dan Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman.
3. Variabel Ukuran Perusahaan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,223 >$ dari t_{tabel} 2.01537 dan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$, Maka variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman.
4. Berdasarkan uji F ditemukan bahwa secara simultan variabel Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Barang dan Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman dengan F_{hitung} sebesar $13,026 >$ dari F_{tabel} $2,812$ dengan taraf signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman akan

meningkat jika Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan diterapkan dengan baik.

REFERENSI

- Agus Sartono. 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.
- Ang, Robert. 2007. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia (The Intelligent Guide to Indonesian Capital Market)*. Jakarta: Mediasoft Indonesia.
- Aniela Nurminda. 2017. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan". *e-Proceeding of Management, Vol 4. Nomor 1* (hlm 547-548).
- Baha, H. L. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas Dan Perubahan Laba Terhadap Nilai Perusahaan*. Simak, 19(02), 190-212.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 14. Salemba Empat.
- Chen, C. D.. 2008. Assosiation Between Independent non Executive Firectors, Family Control and Financial Disclosure in Hongkong. *Journal of Accounting and Public Policy*.
- Dewantari, N. L., Cipta, W., dan Susila, g. P. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food dan Beverage di BEI, *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 5, No. 2, 68-75.
- DR. Hotner Tampubolon, S. M. (2016). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perannya Dalam Pengembangan Keunggulan Bersaing*.
- Fahmi, Irham 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Ke Empat. Bandung. UPP STIM YKPN.
- Harahap, R. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Prima*, 4 (1), 80-88. Retrieved from <https://doi.org/10.34012/japri.v4i1>, 2559.
- Hidayat, W. W. (2019, March). Pengaruh ukuran perusahaan, return on equity dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. In *Forum Ekonomi* (Vol. 21, No. 1, pp. 67-75).
- Horne. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- James C. Van Horne, John M. Wachowicz, Jr. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 13 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali pers.
- Kurniawan, G. G., & Ardiansyah. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, Untar, 2(1), 367-375.
- Lani, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Kepemilikan Institusional Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(3), 798-807.
- Manggale, N., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Return on Equity, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(1).
- Novelia, H., Sumiati, A., & Fauzi, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 1(2), 396-406.
- Pantow, Mawar Sharon R. et al. 2016. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal EMBA Vol.3 No.1*, Hal.961-971, ISSN 2303-1174.
- Riyanto, B. (2016). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (Edisi 4). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sanjaya, S., & Rizky, M. F. (2018). Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Taspen (Persero), Medan. KITABAH: *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah*.

- Setyawan, B. (2021). Pengaruh Modal Kerja dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 73-88.
- Thomas, G.N, Aryusmar, and Indriaty, L., The Effect of Effective Tax Rates, Leverage, Litigation Cost, Company Size, Institutional Ownership and Public Ownership and the Effective of Audit
- Wibowo, A. E., & Linawati, L. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Terhadap Peringkat Obligasi
- Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh profitabilitas, free cash flow, dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 957-981.
- Committees in Accounting, *Journal of Talent Development and Excellence*, vol. 12(1) pp 85-91.
- Thomas, G.N, Aryusmar, and Indriaty, L., The Effect of Company Size, Profitability and Leverage on Sustainability Report Disclosure, *Journal of Talent Development and Excellence*, vol. 12(1) pp 4700-4706.
- Usahawan, *Jurnal Riset Manajemen STIE Widya Wiwaha*, MM7(2), 143-152.