

Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Barang dan Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Gregorius Paulus Tahu¹, Ni Ketut Sri Wulandari², I Wayan Widnyana³, Dominicus Djoko Budi Susilo⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

E-mail: exjosua@hotmail.com

Article History:

Received: 25 Desember 2023

Revised: 02 Januari 2024

Accepted: 05 Januari 2024

Keywords: *profitability, leverage, company size and firm value*

***Abstract:** In companies that have short-term goals and long-term goals, the short-term goal is that the company can get the maximum possible profit by utilizing the resources owned by the company while the long-term goal is to maximize the value of the company. The purpose of this study was to determine the effect of profitability, leverage, and firm size on firm value in the consumer goods and industry listed on the Indonesia Stock Exchange. The object of research used in this study is Profitability, Leverage and Firm Size on Firm Value in the Goods and Consumption Industry Listed on the Indonesian Stock Exchange. The sampling method in this study was to use a purposive sampling technique, where the samples were taken from 30 consumer and goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, determination analysis and t test. The results of this study indicate that profitability has a positive effect on firm value in the consumer goods and industry listed on the Indonesia Stock Exchange. Leverage has no effect on firm value in the consumer goods and industry listed on the Indonesia Stock Exchange. Company size has a positive effect on firm value in the consumer goods and industry listed on the Indonesia Stock Exchange.*

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah elemen penting yang harus dipertahankan oleh perusahaan, terutama menyangkut kesejahteraan pemegang saham yang digambarkan dengan nilai perusahaan. Harga saham merupakan salah satu penilaian dari nilai perusahaan. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan juga akan ikut meningkat, sehingga berdampak pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan melalui tingginya *return* bagi pemegang saham. Keadaan inilah yang mencerminkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan (Novari & Lestari, 2016). Pada perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendeknya adalah perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan

pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Novari & Lestari, 2016).

Perusahaan perseroan atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi. Wijaya dan Panji (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to book value*. Brigham dan Houston (2011:152) menyatakan bahwa *price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya (Suwardika dan Mustanda, 2017).

PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal karena melalui *price book value*, investor dapat memprediksi saham-saham yang *over value* data *undervalued* (Ahmed dan Nanda, 2004) dalam Febriana (2016). *Price book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Berikut ini merupakan perkembangan profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021 dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1. Perkembangan Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021

Tahun	Rata-rata Profitabilitas (ROA) X1		Rata-rata Profitabilitas (ROE) X1		Rata-rata Leverage (DER) X2		Rata-rata Ukuran Perusahaan X3		Rata-rata Nilai Perusahaan (PBV) Y	
	Nilai	+/-	Nilai	+/-	Nilai	+/-	Nilai	+/-	Nilai	+/-
2018	4,314		8,074		19,416		868,119		163,183	
2019	3,654		6,587		20,188		870,796		173,501	
2020	2,990		5,490		21,237		874,178		113,398	
2021	3,209	-17%	5,854	-16%	26,399	-18%	877,233	-19%	111,442	-21%

Sumber: www.idx.co.id (data diolah)

Berdasarkan tabel 1. diketahui bahwa profitabilitas dengan proksi ROA mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai 2021 sebesar -17%. Profitabilitas dengan proksi ROE mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai 2021 sebesar -16%. *Leverage* dengan proksi DER mengalami peningkatan dari tahun 2018 sampai 2021 sebesar -18%. Ukuran perusahaan mengalami peningkatan dari tahun 2018 sampai 2021 sebesar -19%. Nilai perusahaan dengan proksi PBV mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai 2021 sebesar -21%.

Novari dan Lestari (2016) menjelaskan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen. Profitabilitas dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh selama periode tertentu dengan jumlah aktiva atau modal perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase (Sartono, 2010:122). Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Return On Assets* (ROA). ROA dipilih untuk mengetahui seberapa besar tingkat investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROA semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Novari dan Lestari (2016) menjelaskan pengamatan menunjukan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi perusahaan yang memperoleh laba besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja baik, dan jika laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil atau menurun dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau memiliki kinerja yang kurang baik (Prasetyorini, 2013). Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat.

Novari dan Lestari (2016) menjelaskan pengamatan menunjukan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi perusahaan yang memperoleh laba besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja baik, dan jika laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil atau menurun dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau memiliki kinerja yang kurang baik (Prasetyorini, 2013). Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat.

Menurut Suwardika dan Mustanda (2017) perusahaan yang mampu menghasilkan laba semakin tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang semakin baik, sehingga dapat menghasilkan tanggapan baik dari para investor yang berdampak pada meningkatnya harga saham suatu perusahaan (Purnama dan Abundanti, 2014). Apabila profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka menunjukkan perusahaan bekerja secara efisien dan efektif dalam mengelola kekayaan perusahaan dalam memperoleh laba setiap periodenya (Horne dan Wachowicz, 2005:222). Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Soge dan Brata (2020), Suwardika dan Mustanda (2017), Utami (2017), Supriati (2018), Dina dan Wahyuningtyas (2022), Harianto dan Hendrani (2022), Pradanimas dan Sucipto (2022), Rizky (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Gantino (2021), menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Hal ini berarti *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. *Leverage* perlu di kelola karena penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* dapat di ukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Karena rasio ini mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai

aktiva perusahaan (Novari dan Lestari, 2016).

Novari dan Lestari (2016) menjelaskan *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:76). Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman (Wiagustini, 2010:77). Rizqia,dkk. (2013) menyatakan bahwa dalam manajemen keuangan, *leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Tujuan perusahaan menggunakan *leverage* agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Begitu pula sebaliknya, *leverage* juga meningkatkan variabilitas (risiko) keuntungan, karena jika perusahaan ternyata mendapatkan keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan *leverage* akan menurunkan keuntungan pemegang saham. Konsep *leverage* ini sangat penting terutama untuk menunjukkan kepada analis keuangan dalam melihat *trade-off* antara risiko dan tingkat keuntungan dari berbagai tipe keputusan finansial. . Penelitian yang dilakukan oleh Soge dan Brata (2020), Suwardika dan Mustanda (2017), Putra dan Gantino (2021), Pradanimas dan Sucipto (2022), Rizky (2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dina dan Wahyuningtyas (2022), Supriati (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Harianto dan Hendrani (2022) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati, dkk (2007) ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mempunyai nilai negatif dan signifikan oleh Siallagan dan Mas'ud (2006) (dalam Novari dan Lestari, 2016).

Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Ukuran perusahaan dapat di ukur dengan menggunakan proksi *SIZE* dalam (Novari dan Lestari, 2016).

Ukuran perusahaan merupakan besar maupun kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aktiva perusahaan. Total aktiva perusahaan yang semakin besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan tersebut sudah mencapai tahap kedewasaannya. Perusahaan yang telah berada pada tahap kedewasaannya maka perusahaan telah memiliki arus kas yang positif serta diperkirakan akan mempunyai aspek menguntungkan dalam kurun waktu relatif lama. Rai dan Merta (2016) mengatakan bahwa besar kecilnya total aktiva maupun modal yang digunakan perusahaan merupakan cerminan dari ukuran perusahaan dalam (Suwardika dan Mustanda, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Soge dan Brata (2020), Dina dan Wahyuningtyas (2022), Supriati (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian

yang dilakukan oleh Harianto dan Hendrani (2022), Pradanimas dan Sucipto (2022), Rizky (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017), Putra dan Gantino (2021), menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sunarto dan Budi (2009) dalam Novari dan Lestari (2016) menunjukkan secara signifikan terdapat pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, artinya peningkatan ukuran perusahaan akan mempermudah perusahaan memperoleh pendanaan, yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan Wiyono (2012) yang membuktikan nilai perusahaan dipengaruhi secara negatif oleh ukuran perusahaan. Perusahaan dapat mengembangkan usahanya dengan memenuhi kebutuhan modalnya demi meningkatkan laba dan nilai perusahaannya. Secara fundamental nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan, dimana semakin baik kinerja keuangan, maka permintaan saham meningkat, harga saham naik, dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

LANDASAN TEORI

Signalling Theory atau teori sinyal dikembangkan oleh Ros pada tahun 1997, menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan mendorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Hal positif dalam *signaling theory* dimana perusahaan yang memberikan informasi yang bagus akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki berita bagus. Teori pecking order menyatakan bahwa perusahaan lebih suka pendanaan internal dibandingkan pendanaan eksternal, utang yang aman dibandingkan utang yang berisiko serta yang terakhir adalah saham biasa (Corey and Myers, 1984). *Pecking order theory* yang dikemukakan oleh (Corey and Myers, 1984) menggunakan dasar pemikiran bahwa tidak ada suatu target *debt to equity ratio* tertentu dimana hanya ada tentang hirarkhi sumber dana yang paling disukai oleh perusahaan. *Trade off theory* merupakan model struktur modal yang mempunyai asumsi bahwa struktur modal perusahaan merupakan keseimbangan antara keuntungan penggunaan hutang dengan biaya *financial distress* (kesulitan keuangan) dan *agency cost* (biaya keagenan). *Trade off theory* merupakan model yang didasarkan pada *trade off* (pertukaran) antara keuntungan dan kerugian penggunaan hutang. Hutang menimbulkan beban bunga yang dapat menghemat pajak. Beban bunga dapat dikurangkan dari pendapatan sehingga laba sebelum pajak menjadi lebih kecil.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah harga suatu perusahaan yang bersedia dibayar oleh investor apabila dijual (Suad Husnan, 2005; Wiagustini, 2010) dalam Novari 2017. Selanjutnya Chandra (2007) memberikan pengertian nilai perusahaan (*value of the firm*) adalah ukuran keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam menjalankan operasi bisnis di masa lalu dan prospek bisnis di masa yang akan datang untuk meyakinkan pemegang saham.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan variabel yang juga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh perusahaan (Husnan dan Enny, 2002:56). Astuti (2004:36) menyatakan bahwa profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan

dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor dalam (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Return On Asset

Utami (2017) rasio profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE). ROA dan ROE digunakan sebagai pengukuran rasio profitabilitas karena memiliki keunggulan yaitu mudah dihitung dan dipahami. Munawir (2007) menyatakan bahwa *return on asset* menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan tersebut.

Return On Equity

ROE merupakan rasio yang menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. ROE membandingkan besarnya laba bersih terhadap modal sendiri. Semakin tinggi ROE menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengembalian terhadap investasi yang dilakukan dan semakin rendah ROE suatu perusahaan maka tingkat pengembaliannya akan semakin rendah pula.

Leverage

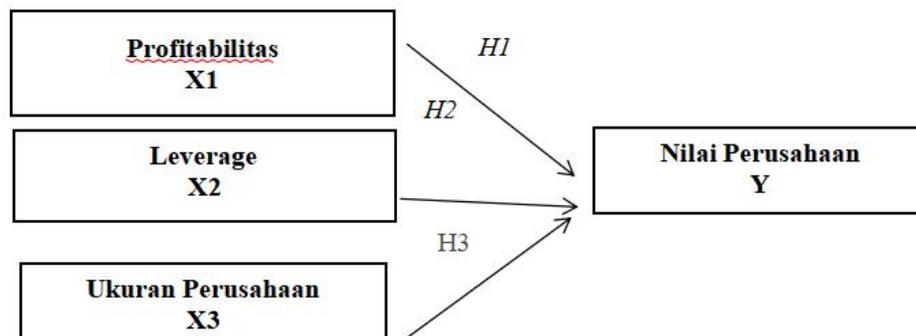
Novari dan Lestari (2017) disebutkan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:76). Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman (Wiagustini, 2010:77).

Ukuran Perusahaan

Novari dan Lestari (2017) disebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain dengan total aset perusahaan, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat digambarkan melalui total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan aset dan rata-rata total aktiva perusahaan. Eka (2010) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi.

Kerangka Konseptual Dan Hipotesis

Berdasarkan pemaparan teori, kajian dari penelitian terdahulu di atas dan hubungan antar variabel penelitian, maka untuk menjawab permasalahan penelitian dibentuk kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis : Berdasarkan paparan teori dan hasil penelitian sebelumnya dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil adalah Perusahaan Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Objek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah pada Perusahaan Industri Barang Dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menyediakan laporan keuangan pada periode 2018-2021.

Definisi Operasional

Nilai Perusahaan

Menurut Nidar Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Menurut Hery Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dengan Rumus :

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

$$\text{Nilai buku per lembar saham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan variabel yang juga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh perusahaan (Husnan dan Enny, 2002:56). Astuti (2004:36) menyatakan bahwa profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor dalam (Suwardika dan Mustanda, 2017). Rumus ROA dan ROE adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Leverage

Dalam penelitian Novari dan Lestari (2017) disebutkan bahwa *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya baik dalam jangka pendek

maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2010:76). Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman (Wiagustini, 2010:77). Variabel ini diukur dengan menggunakan *Debt To Total Equity Ratio* (DER). Dan berikut adalah rumusnnya :

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total modal Perusahaan}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Halim dalam Maidah ukuran perusahaan merupakan tolak ukur besar kecilnya perusahaan dengan melihat besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai total asset yang dimiliki perusahaan. Dengan Rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (total asset)}$$

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018) populasi merupakan letak generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan sesudah itu ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018- 2021. Secara keseluruhan terdapat 74 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada periode 2018- 2021.

Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono ,2018). Total Sampel 30 Perusahaan Industri Barang dan Konsumsi yang terdaftar di BEI. Berikut ini terdapat kriteria-kriteria dalam pengambilan sampel yang dipertimbangkan yaitu :

1. Perusahaan industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021.
2. Perusahaan industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang baru mendaftarkan perusahaannya pada tahun 2018-2021.
3. Perusahaan industri barang dan konsumsi yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2018-2021.

Tabel 2. Sampel Penelitian

NO	Kriteria Penetapan Sampel	Jumlah
1	Perusahaan Industri Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2018-2021	74
2	Perusahaan Industri Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang baru mendaftarkan perusahaannya Pada Tahun 2018-2021	(24)
3	Perusahaan Industri Barang dan Konsumsi yang mengalami kerugian Pada Tahun 218-2021	(20)
Jumlah Perusahaan yang dijadikan sampel		30

Jumlah observasi selama 4 tahun	120
---------------------------------	-----

Sumber : Hasil diolah peneliti, 2022

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam peneliti ini adalah metode observasi *non-partisipan*. Teknik pengumpulan data dengan observasi atau pengamatan ini, dimana peneliti tidak terlihat secara langsung dan hanya sebagai pengamatan independen (Sugiyono, 2014:192). Pengumpulan data dengan metode observasi dalam penelitian ini dilakukan pada perusahaan industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021, yaitu dengan cara mengamati, mencatat, serta mempelajari data laporan keuangan perusahaan industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021, yang diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id.

Teknik dan Analisis

Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis determinasi dan Uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.14025677
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.095
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.119 ^c

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 yang didapatkan dengan menggunakan uji normalitas dengan melihat nilai *asyp sig. (2-tailed)* menunjukkan bahwa nilai *asyp sig. (2-tailed)* yang diperoleh sebesar 0,119 > 0,05, maka hal tersebut menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas ini dilakukan dengan meregresikan model analisis dan menguji korelasi antar variabel independen dengan menggunakan *variance inflantion factor (VIF)*.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ROA	0,913	1,095
ROE	0,621	1,610
DER	0,928	1,078
Ukuran Persahaan	0,622	1,608

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari *return on assets*, *return on equity*, *debt to equity ratio*, dan ukuran perusahaan masing-masing $> 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas, tidak terjadi heteroskedastisitas dengan uji *glejser*.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.347	4.779		-.910	.365
	ROA	8.818	1.816	.427	.855	.400
	ROE	1.831	.791	.247	.316	.822
	DER	-.247	.325	-.066	-.761	.448
	Ukuran Perusahaan	.177	.163	.115	1.082	.281

a. Dependent Variable: absres

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* terlihat bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel adalah lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan Uji Durbin-Watson (DW-test) atau D statistic terhadap variabel pengganggu. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.917 ^a	.841	.836	3.194403	1.763

Sumber: Data diolah, 2022

Nilai DU dan DL dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin – Watson. Dengan $n = 120$, dan $k = 3$ didapat nilai $dU=1,6513$ dan $dL= 1,7536$. Jadi nilai $4-DU = 2,2464$. Dari Tabel 6 diatas dapat diketahui nilai Durbin – Watson sebesar 1,763. Karena nilai DW berada diantara $1,7536 < 1,763 < 2,2464$, artinya tidak terjadi autokorelasi. Berdasarkan hasil ini, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak ada autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Rangkuman Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-117,091	7,012		-16,699	0,000
ROA	38,773	2,665	0,566	14,549	0,000
ROE	8,135	1,160	0,331	7,014	0,000
DER	-0,147	0,476	-0,012	-0,309	0,758
Ukuran Perusahaan	3,972	0,239	0,783	16,598	0,000
R	0,917				
R Square	0,841				
Adjusted R Square	0,836				
F Hitung	152,103				
Sig.	0,000				

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan nilai pada Tabel 7 maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = -117,091 + 38,773X_1 + 8,135X_2 - 0,147X_3 + 3,972X_4$$

Persamaan tersebut memiliki makna sebagai berikut:

- $\alpha = -117,091$; artinya jika profitabilitas (ROA dan ROE), leverage (DER) dan ukuran perusahaan bernilai nol, maka besar nilai perusahaan adalah -117,091.
- $\beta_1 = 38,773$; artinya setiap meningkatnya profitabilitas (ROA) dengan anggapan bahwa profitabilitas (ROE), leverage (DER) dan ukuran perusahaan bernilai nol, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 38,773. Dengan demikian profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- $\beta_2 = 8,135$; artinya setiap meningkatnya profitabilitas (ROE) dengan anggapan bahwa variabel profitabilitas (ROA), leverage (DER) dan ukuran perusahaan bernilai nol, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 8,135. Dengan demikian profitabilitas (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- $\beta_3 = -0,147$; artinya setiap meningkatnya leverage (DER) dengan anggapan bahwa variabel profitabilitas (ROA), profitabilitas (ROE), dan ukuran perusahaan bernilai nol, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 0,147. Dengan demikian leverage (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
- $\beta_4 = 3,972$; artinya setiap meningkatnya ukuran perusahaan dengan anggapan bahwa variabel profitabilitas (ROA), profitabilitas (ROE), dan leverage (DER) bernilai nol, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 3,972. Dengan demikian ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Analisis Korelasi Berganda

Korelasi berganda merupakan salah satu metode yang digunakan untuk melihat hubungan dari tiga variabel atau bahkan lebih, dimana 2 variabel merupakan variabel independen dan satu lagi merupakan variabel dependen. Dalam analisis korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui bagaimana derajat hubungan antara beberapa variabel profitabilitas, leverage dan ukuran

perusahaan dengan variabel nilai perusahaan secara bersama-sama. Berdasarkan tabel 5, terlihat bahwa nilai R dalam penelitian ini adalah sebesar 0,917. Nilai berada pada rentang nilai 0,80 – 1,000 yang berarti korelasi yang sangat tinggi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat tinggi antara profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap ukuran perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021.

Analisis Determinasi

Analisis determinasi adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Pada tabel 5.4 menunjukkan bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,841. Hal ini berarti bahwa, sebesar 84,1% nilai perusahaan dijelaskan oleh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan, sedangkan sebesar 15,9% dijelaskan faktor lain diluar penelitian ini. Nilai yang mendekati satu ini berarti variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel nilai perusahaan.

Uji T

Uji ini untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil uji t pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa:

- 1) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
 1. Menentukan formulasi hipotesis
 - a. $H_0: \beta_1 = 0$; artinya variabel tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
 - b. $H_a: \beta_1 > 0$; berarti ada pengaruh signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
 2. Kreteria pengujian:
 - a. Jika $\text{sig } t > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima berarti pengaruh tidak signifikan.
 - b. Jika $\text{sig } t \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak berarti pengaruh signifikan.
 3. Kesimpulan:

Nilai signifikan masing-masing sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan
 1. Menentukan formulasi hipotesis
 - a. $H_0: \beta_2 = 0$; artinya variabel tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.
 - b. $H_a: \beta_2 > 0$; berarti ada pengaruh signifikan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.
 2. Kreteria pengujian:
 - a. Jika $\text{sig } t > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima berarti pengaruh tidak signifikan.
 - b. Jika $\text{sig } t \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak berarti pengaruh signifikan.
 3. Kesimpulan:

Nilai signifikan sebesar $0,758 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 3) Pengaruh Ukuran perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan
 1. Menentukan formulasi hipotesis

- a. $H_0: \beta_1 = 0$; artinya variabel tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
 - b. $H_a: \beta_1 > 0$; berarti ada pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Kreteria pengujian:
- c. Jika $\text{sig } t > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima berarti pengaruh tidak signifikan.
 - d. Jika $\text{sig } t \leq \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak berarti pengaruh signifikan.
3. Kesimpulan:
Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (ROA) sebesar 38,773 dan sebesar 0,135 untuk ROE, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima.. Artinya, semakin tinggi perolehan profitabilitas yang diukur menggunakan ROA dan ROE pada perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021, maka semakin baik nilai perusahaan di mata investor.

Profitabilitas adalah hasil bersih dari berbagai kebijaksanaan dan keputusan yang diterapkan oleh perusahaan (Husnan dan Enny, 2002:56). Astuti (2004:36) menyatakan bahwa profitabilitas adalah keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas berperan penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor dalam (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Banyaknya investor yang membeli saham perusahaan, maka akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaannya (Novari dan Lestari, 2017). Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan *return*, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula return yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat. Calon investor selalu mencari perusahaan dengan kinerja baik kemudian akan melakukan kegiatan investasi pada perusahaan, sehingga kegiatan tersebut dapat meningkatkan persepsi pasar dan nilai perusahaan akan meningkat. dalam (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Hal ini didukung oleh penelitian dari Soge dan Brata (2020), Suwardika dan Mustanda (2017), Utami (2017), Supriati (2018), Dina dan Wahyuningtyas (2022), Harianto dan Hendrani (2022), *Pradanimas dan Sucipto (2022)*, Rizky (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar -0,147 dengan nilai signifikasni sebesea $0,758 > 0,05$, sehingga hipotesis kedua

(H₂) ditolak. Artinya, besar kecilnya *leverage* pada perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021, tidak memberikan dampak bagi peningkatan nilai perusahaan. Nilai DER dapat menggambarkan kebijakan pendanaan dalam perusahaan. manajemen dapat memutuskan untuk menaikkan pendanaan melalui hutang dalam bentuk obligasi atau melalui modal dalam bentuk saham. Utang yang optimal terjadi ketika manfaat penghematan pajak mencapai jumlah yang maksimal terhadap biaya modal. perusahaan akan terus berhutang sampai dengan tingkat tertentu dimana manfaat penghematan pajaknya lebih besar daripada biaya modalnya. Namun jika utang tersebut terus ditingkatkan maka akan dialami keadaannya biaya modalnya lebih besar dari tingkat penghematan pajak karena semakin banyak uang yang dipinjam maka akan menaikkan biaya modalnya.

Perusahaan dalam mendanai aktivitya cenderung menggunakan modal sendiri (*internal financing*) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang. Kecukupan dana yang dimiliki perusahaan untuk membiayai aktivitya yang diperoleh dari modal sendiri membuat perusahaan mengurangi proporsi hutangnya. Penggunaan hutang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima atas penggunaan hutang karena manfaat yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan, sehingga proporsi hutang yang rendah dapat meningkatkan nilai perusahaan dan sebaliknya peningkatan hutang dapat menurunkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian dari Harianto dan Hendrani (2022) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran perusahaan Terhadap Nilai perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 3,972 dengan nilai signifikasni sebesea $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis ketiga (H₃) diterima.. Hal ini berarti bahwa semakin besar perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total assets yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Respon yang baik inilah yang akan menentukan prospek yang baik pula sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan dalam (Pratama dan Wiksuana, 2016).

Hal ini didukung oleh penelitian Brata (2020), Dina dan Wahyuningtyas (2022), Supriati (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai Proditabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Industri Barang dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia:

- 1) Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima. Artinya, semakin tinggi perolehan profitabilitas yang diukur menggunakan ROA dan ROE pada perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021, maka semakin baik nilai perusahaan di mata investor.
- 2) Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H_2) ditolak. Artinya, besar kecilnya *leverage* pada perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021, tidak memberikan dampak bagi peningkatan nilai perusahaan.
- 3) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Hal ini berarti bahwa semakin besar perusahaan Industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2021, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- A.Helfert, Erich. (2006). *Analisis Laporan Keuangan Edisi Bahasa Indonesia*. Jilid Ketujuh. Jakarta : Erlangga
- Agus, & Sartono. (2015). *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*, Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta
- Analisa, Y. (2011). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2006-2008) . *Skripsi*. UNDIP .
- Andri, R. & Hanung, T.. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi X Makassar*, 26-28 Juli.
- Arie, R. U. (2017). Pengaruh Investasi Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan. *E-Journal Universitas Riau*. Vol. 4, No.1, hal 01-16.
- Ariesta, A. W. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Kebijakan Hutang Terhadap Kinerja Pasar Dengan Moderasi Aliran Kas Bebas. *Jurnal Akuntansi*. Vol 1. No.1.
- Asian, Krisma. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur sektor Industri Barang Konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Politeknik Negeri Veteran Yogyakarta.
- Astuti, Dewi, (2004). *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ahmed, Parvez dan Sudhir Nanda. (2004). Style Investing: Incorporating Growth Characteristics in Value Stocks, *The Journal of Portfolio Management*, hal. 47-59.

- Aqilla, P. & Agus, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Harga Saham dengan Nilai Perusahaan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset dan Konseptual*. Volume 7 Nomor 1, hal 93-104.
- Baramuli dkk, (2020), Pengaruh Return On Asset, Return On Equity, dan Debt Equity Rasio Terhadap Return Saham Pada Subsektor Food And Beverage Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal EMBA*, Vol. 8, No. 1, Hal 272-281.
- Bontot, I. N., & Widnyana, I. W. (2021). Kewirausahaan Berbasis Spiritual Hindu Di Bali. *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1).
- Brigham and Houston. (2006). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Terjemahan*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham & Houston. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Brown, et al., (2005). *Spreading The Words : Investigating Antecedents of Customer's Positive Word of Mouth Intention And Behavior in Retailing Context*, *Academy of Marketing Science Journals*, Vol.33, no 2, p.123-138.
- Budiyasa, I. G., & Widnyana, I. W. Assessing The Condition Of Financial Distress W Ith Analysis Of Liquidity, Solvency And Profit O F Companies In Indonesia.
- Corey, E. and Myers, A. (1984) 'Efficient synthesis and intramolecular cyclopropanation of unsaturated diazoacetic esters', *Tetrahedron letters*. Elsevier.
- Diana S. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Price Earning Ratio pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 15, No.1, hal 01-22.
- Dina, A. S. & Endah, T. W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 6, No.1, hal 36-49.
- Erlangga, E. dan E. Suryandari. (2009). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR, Good Corporate Governance dan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol. X, No. 1, h. 57-70.
- Fama, E. F. ; French, Kenneth R. (1998). Taxes, Financing Decision and Firm Value. *The Journal of Finance*, Vol. LIII, No. 3, June 1998.
- Febriana, Djumahir, Djawahir. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Manajerial dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Pada (2011-2013). *Jurnal Ekonomi Bisnis*. FE. Universitas Brawijaya. Vol. 21, No.2, hal 163-177.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM Program SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Graham, J.R. dan Harvey, C. (2001). The Theory and Practice of Coporate evidence from the Field, *Journal of Financial Economic*, Vol. 60.
- Hartono, Jogiyanto. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta.
- Hestia N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Horne V. James dan John M Wachowicz. (2005). *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Fundamental of Financial Management)*. Edisi 12. Diterjemahkan oleh Dewi Fitriyani.

- Jakarta: Salemba Empat.
- Husnan, Suad. (2005). *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Edisi keempat. Yogyakarta: UPP AMD YKPN
- Husnan Suad dan Pudjiastuti Eny, (2002), *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Husnan, Suad. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPF.
- Jensen, M., C., dan W. Meckling, (1976). "Theory of the firm: Managerial behavior, agency cost and ownership structure", *Journal of Finance Economic* 3:305- 360, di-download dari <http://www.nhh.no/for/courses/spring/eco420/jensenmeckling-76.pdf>.
- Joko R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Manufaktur sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang.
- Landang, R. D., Widnyana, I. W., & Sukadana, I. W. (2021). Pengaruh Literasi keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar. *EMAS*, 2(2).
- Lantasari, D. P. S., & Widnyana, I. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Dan Nilai Perusahaan Terhadap Return Saham Perusahaan Yang Terindeks Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia (BEI). *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1).
- Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan Perusahaan. www.idx.co.id.
- Mamduh M, Hanafi. (2011). *Manajemen Edisi ketiga*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STI manajemen YKPN p.62
- Maria, S. N. S & Ignatius O. D. B. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi*. Volume 6 No. 2, 2020, 1767-1788.
- Munawir, S. (2007). *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Keempat. Liberty. Yogyakarta.
- Myers, S.C. (2001). "Capital Structure." *Journal of Economic Perspectives* 15:81- 102.
- Myers, S. C. dan Majluf N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*. Vol. 13.
- Novari, P. M. & Lestari P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Properti dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 9, 2016, 5671-5694.
- Nurfadillah, Mursidah. (2011). Analisis Pengaruh Earning Per Share, Debt To Equity Ratio dan Return On Equity Terhadap Harga Saham PT. Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Vol.12 No.1. STIE Muhammadiyah Samarinda.
- Pangeran, Perminas. (2004). *Pemilihan Antara Penawaran Sekuritas Ekuitas dan Utang: Suatu Pengujian Empiris Terhadap Pecking Order Theory dan Balance Theory*. Usahawan No. 04 Th XXXIII April.
- Permanasari, Wien Eka. (2010). "Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Prasetyorini, Bhukti Fitri. (2013). "Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan". *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1.1: 183-196.
- Pratama dan Wiksuana (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*,

- Vol. 5, No. 2, 2016: 1338-1367 ISSN : 2302-8912.
- Rafi, D. P. & Rilla, G. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 11, No. 1, 2021, 81-96.
- Rai, N K Prastuti dan I G Merta Sudiarta. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(3): h: 1572- 1598.
- Ramadhan, Wibisana. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Audit Delay pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Daftar Efek Syariah tahun 2008-2010*. Library UIN Sunan
- Ricky, H. & Ai, H. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 4, No. 9, 2021, 3869-3877.
- Rizky. (2021). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI 2018-2020. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Rizqia, Dwita Ayu, Siti Aisjah and Sumiati. (2013). Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value. *Research Journal of Finance and Accounting*. 4(11): pp: 120-130.
- Sadiarta, A. A. N. G., & Widnyana, I. W. (2022). Impact and Meaning of Government Hegemony in LPD Management in Badung Regency. *International Journal of Economics and Management Systems*, 7.
- Sari, Putu Indah Purnama dan Abundanti, Nyoman. (2014). "Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan". *E-Journal Universitas Udayana*. Vol.3 No. 5. Denpasar: Universitas Udayana.
- Sartono, Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. Yogyakarta : BPFE.
- Selfi A, DKK. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur sektor Industri Barang Konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Politeknik Negeri Medan.
- Shyam-Sunder, Lakshmi, dan Stewart C. Myers. (1999). Testing Static Tradeoff against Pecking Order Models of Capital Structure, *Journal of Financial Economics*.
- Siallagan, Hamonangan dan Mas'ud, M. (2006). Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Hal 1-23. Padang.
- Sugiarto (2009). *Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri*, Graha Ilmu Yogyakarta.
- Sunarto. & Agus, P. B. (2009). "Pengaruh Leverage, Ukuran Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas." *Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen* 6.1 .
- Suwardika, I. N., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud* , Vol. 6, No. 3, 1248-1277.
- Teddy Chandra, (2007), Pengaruh Struktur Modal Terhadap Produktivitas Aktiva, Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. *Arthavidya*, Tahun 8, Nomor 2, Juni.
- Utami, A. R. (2017). Pengaruh Investasi Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Wiagustini, Ni luh Putu. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Denpasar. Udayana University Press.
- Widnyana, I. W., Wijana, I. M. D., & Almuntasir, A. (2021). Financial capital, constraints,

- partners, and performance: An empirical analysis of Indonesia SMEs. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 18(2), 210-235.
- Widnyana, I. W., & Widyawati, S. R. (2020). Mampukah Reputasi Direksi Berperan Memoderasi Hubungan Arsitektur Keuangan Dengan Nilai Perusahaan?. *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA)*, 10(2).
- Widnyana, I. W. (2022). Indonesia Composite Index and Market Reaction in Indonesia Due to Covid-19 Pandemic. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 10(3), 475-490.
- Widnyana, I. W., & Widyawati, S. R. (2022). Role of forensic accounting in the diamond model relationship to detect the financial statement fraud. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 11(6), 402-409.
- Widnyana, I. W. (2019). Ebook-Perpajakan. *KARTI*, 5-5.
- Wijana, I. M. D., & Widnyana, I. W. (2022). Is Islamic banking stronger than conventional banking during the Covid-19 pandemic? Evidence from Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 125-136.
- Wijaya, Bayu Irfandi dan I.B. Panji Sedana. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.4, No.12, 2015: 4477-4500