

Implementasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Gesti Putri Wahyudi^{1*}, Erma Setiawati²

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

b200210442@student.ums.ac.id^{1*}, es143@ums.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine empirical evidence of factors that influence firm value. The dependent variable of this research is firm value. Meanwhile, the independent variables of this research are profitability, leverage, capital structure, firm growth, and firm size. This research is quantitative research using secondary data. The sample in this research is non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2019-2023 period. The sampling technique used a purposive sampling method and there were 143 samples that met the criteria during the 5 research periods. The data analysis technique used in this research is a multiple linear regression analysis technique using SPSS 25. The results of this research show that profitability and capital structure have an effect on firm value, while leverage, firm growth, and firm size have no effect on firm value.

Keywords: Firm Value, Profitability, Leverage, Capital Structure, Firm Growth, Firm Size.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bukti empiris faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel dependen penelitian ini adalah nilai perusahaan. Sedangkan, variabel independen penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan terdapat 143 sampel yang memenuhi kriteria selama 5 periode penelitian. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan.

PENDAHULUAN

Persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi menyebabkan setiap perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya agar dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan lain, persaingan bisnis yang ketat memaksa pemilik untuk menggunakan cara yang berbeda-beda untuk mencapai tujuannya (Tumangkeng & Mildawati, 2018). Perusahaan sebagai lembaga ekonomi memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang, dalam tujuan jangka pendek, perusahaan berupaya mencapai keuntungan maksimal dengan memanfaatkan sumber daya yang

ada, sedangkan dalam jangka panjang perusahaan berupaya memaksimalkan nilai pemegang sahamnya (Anisyah & Purwahandoko, 2017). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan (Tumangkeng & Mildawati, 2018). Harga saham suatu perusahaan menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan, nilai perusahaan yang baik akan dipandang baik pula oleh para calon investor (Amelia et al., 2022).

Investor memandang bahwa profitabilitas memiliki nilai objektif untuk pengambilan keputusan investasi. Profitabilitas merupakan hasil yang diperoleh atas dana yang diinvestasikan para pemegang saham (Anisyah & Purwahandoko, 2017). Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana profitabilitas merupakan ukuran kinerja suatu perusahaan yang tercermin dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa mereka mengelola asetnya secara efektif dan efisien untuk menghasilkan keuntungan setiap periodenya (Ramadhon et al., 2019). Profitabilitas yang tinggi erat kaitannya dengan prospek perusahaan yang baik sehingga meningkatkan saham tersebut di kalangan investor, profitabilitas yang tinggi dapat menyebabkan kenaikan harga saham suatu perusahaan dan harga saham yang tinggi juga mempengaruhi nilai perusahaan (Ramadhon et al., 2019).

Untuk menjaga kelangsungan bisnis, perusahaan perlu mencari sumber pendanaan eksternal, penggunaan pembiayaan utang (pinjaman) mempengaruhi tingkat *leverage* suatu perusahaan. Oleh karena itu, *leverage* dapat diartikan sebagai indikator seberapa baik suatu perusahaan dapat memanfaatkan utangnya (Kurniantoyo & Kurnia, 2022). Perusahaan dapat menggunakan utang (*leverage*) untuk memperoleh modal dan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi. Dengan memanfaatkan pinjaman, perusahaan mengharapkan respon positif dari pihak luar (Suwardika & Mustanda, 2017). Pendapat lain mengatakan, semakin tinggi angka utang maka semakin besar pula risiko terhadap keuangan perusahaan, sehingga akan berdampak pada investor dan menurunkan nilai perusahaan (Manalu et al., 2021).

Penggunaan utang pada tingkat tertentu dapat mengurangi biaya modal perusahaan, karena biaya atas utang merupakan pengurangan atas pajak perusahaan dan meningkatkan harga saham. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan menambah utang pada tingkat yang sesuai, manajemen harus dapat menentukan struktur modal yang optimal yang dapat digunakan oleh perusahaan (Anisyah & Purwahandoko, 2017). Keputusan pendanaan yang baik dilihat dari struktur modal, struktur modal yang baik merupakan struktur modal yang optimal (Tumangkeng & Mildawati, 2018). Struktur modal diperlukan untuk meningkatkan nilai perusahaan karena penetapan struktur modal dalam kebijakan pendanaan perusahaan menentukan profitabilitas perusahaan (Bariyyah et al., 2019). Tujuan dari manajemen struktur modal adalah untuk menciptakan sumber dana permanen untuk memaksimalkan harga saham dan mencapai tujuan pengelolaan keuangan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham (Tumangkeng & Mildawati, 2018).

Perusahaan *go public* dikategorikan sebagai perusahaan besar atau perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang semakin baik, sehingga pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Perusahaan yang tumbuh pesat mencapai hasil positif dengan memperkuat posisinya di era persaingan, mencapai peningkatan penjualan yang signifikan dan peningkatan pangsa pasar yang sesuai (Rusiah et al., 2017). Pertumbuhan perusahaan adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Wulandari et al., 2021). Investor akan lebih tertarik pada perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil, pertumbuhan suatu perusahaan dapat mencerminkan apakah perusahaan tersebut terus berkembang (Suwardika & Mustanda, 2017).

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal (Rusiah et al., 2017). Dana yang diperoleh perusahaan dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan sehari-hari sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan (Isnaeni et al., 2021). Ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Keputusan mengenai besar kecilnya suatu perusahaan mempengaruhi besar kecilnya harga saham perusahaan tersebut, perusahaan besar mempunyai harga saham yang tinggi dan nilai perusahaan yang tinggi pula.

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas, *leverage*, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menarik diteliti karena pada penelitian-penelitian sebelumnya memberikan hasil yang berbeda-beda. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tumangkeng dan Mildawati (2018), perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan sampel pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023, rumus yang digunakan pada metode penelitian sebelumnya, dan menambahkan variabel independen baru untuk memperkuat penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti kembali dengan judul “Implementasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non Cyclicals* Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2023)”.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memberi rambu-rambu kepada investor tentang bagaimana manajemen melihat prospek perusahaan di masa yang akan datang (Amelia et al., 2022). Teori sinyal menjadikan pentingnya informasi yang dikeluarkan suatu perusahaan terhadap keputusan investasi dari pihak luar perusahaan, informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam

pengambilan keputusan investasi (Tumangkeng & Mildawati, 2018). Teori sinyal menjelaskan hubungan antara pengeluaran investasi dengan nilai perusahaan, di mana pengeluaran investasi akan memberikan isyarat positif terhadap nilai perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan (Kurniadiantoyo & Kurnia, 2022).

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Dalam teori agensi Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai sebuah kontrak yang menyatakan seseorang atau lebih (*principal*) meminta kepada orang lain (*agent*) untuk melakukan sebuah jasa tertentu untuk kepentingan *principal*, dengan cara mendelegasikan otoritas kepadanya. Teori agensi menjelaskan pemisahan antara fungsi pengelolaan oleh manajer dan fungsi kepemilikan oleh pemegang saham dalam sebuah perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019). Permasalahan yang sering terjadi pada teori agensi adalah bahwa seseorang cenderung bertindak untuk kepentingan sendiri sebelum memenuhi kebutuhan orang lain, pemegang saham menginginkan keuntungan lebih pada pemilik modal dan manajer menginginkan peningkatan kemakmuran untuk para manajer (Kurniadiantoyo & Kurnia, 2022). Manajemen memiliki informasi yang lebih besar dibandingkan pemegang saham, sehingga sering menimbulkan masalah keagenan atau *agency problems* (Irawan & Kusuma, 2019).

Teori *Trade-off* (*Trade-off Theory*)

Trade-off Theory menjelaskan jika posisi struktur modal berada di bawah titik optimal, maka setiap utang tambahan akan meningkatkan nilai perusahaan dan jika posisi struktur modal berada di atas titik optimal, maka utang tambahan akan menurunkan nilai perusahaan, sehingga dapat dikatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan (Ramdhonah et al., 2019). Teori *trade-off* adalah penyeimbang manfaat dan pengorbanan yang timbul sebagai akibat penggunaan utang (Oktaviani et al., 2019). *Trade off Theory* dalam menentukan struktur modal yang optimal menggunakan beberapa faktor seperti pajak, biaya keagenan (*agency costs*), dan biaya kesulitan keuangan (*financial distress*) tetapi tetap mempertahankan asumsi efisiensi pasar dan *symetric information* sebagai penyeimbang serta manfaat penggunaan utang (Isnaeni et al., 2021).

Nilai Perusahaan (*Firm Value*)

Nilai perusahaan adalah nilai pasar atau saham yang dimiliki suatu perusahaan apabila perusahaan sudah *go public* dan jika belum *go public* maka nilai perusahaan adalah nilai yang terjadi apabila perusahaan dijual (Oktaviani et al., 2019). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham, kemakmuran pemegang saham ditunjukkan dengan tingginya nilai perusahaan (Listiani & Ni'am, 2023). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi pula dan meningkatnya kepercayaan pasar tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang (Tumangkeng & Mildawati, 2018).

Profitabilitas (*Profitability*)

Tujuan utama suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba semaksimal mungkin (Kurniadiantoyo & Kurnia, 2022). Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan melalui aset yang dimiliki dan pendapatan penjualan perusahaan (Listiani & Ni'am, 2023). Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih dari aktivitas yang dilakukan dalam periode akuntansi (Tumangkeng & Mildawati, 2018). Profitabilitas berperan penting dalam berbagai 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 (Isnaeni et al., 2021).

Leverage

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang terhadap modal, dimana rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan dengan modal (Kolamban et al., 2020). Rasio *leverage* adalah rasio yang dapat memberikan petunjuk bagaimana suatu perusahaan mampu mengelola utang untuk mendapatkan keuntungan atau laba dan kemampuan untuk melunasi kembali utangnya (Kurniadiantoyo & Kurnia, 2022). Manfaat *leverage* pada perusahaan dapat digunakan untuk menghasilkan keuntungan atau laba maksimal dengan mengelola modal atau aset yang bersumber dari utang (Listiani & Ni'am, 2023).

Struktur Modal (*Capital Structure*)

Pendanaan perusahaan dibedakan menjadi dua, antara lain modal sendiri atau modal eksternal atau hutang kombinasi yang spesifik antara modal sendiri dengan utang dalam pembiayaan perusahaan yang disebut dengan struktur modal (Kurniadiantoyo & Kurnia, 2022). Struktur modal adalah kombinasi antara utang dan ekuitas dalam struktur keuangan jangka panjang perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019). Struktur modal adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan utang jangka panjang terhadap modal sendiri (Isnaeni et al., 2021). Struktur modal yang optimal pada suatu perusahaan adalah struktur modal yang akan memaksimalkan harga saham suatu perusahaan, struktur modal yang dimanajemen dengan baik akan mampu memaksimalkan nilai perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019).

Pertumbuhan Perusahaan (*Firm Growth*)

Pertumbuhan perusahaan merupakan peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan, dengan nilai *growth opportunity* yang tinggi, perusahaan diharapkan mampu mencapai dan menghasilkan keuntungan yang tinggi pula di masa depan (Isnaeni et al., 2021). Pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjaga posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Ramdhonah et al., 2019). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan potensial yang tinggi memiliki

kecenderungan untuk menghasilkan arus kas yang tinggi di masa depan dengan kapitalisasi pasar yang tinggi yang dapat menarik investor untuk berinvestasi (Ramadhon et al., 2019). Investor yang memperoleh informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang diindikasikan melalui peningkatan total aktiva akan mendapat respon baik dari pasar, sehingga akan meningkatkan harga saham dan mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat (Suwardika & Mustanda, 2017).

Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Perusahaan yang besar dengan sebaran saham perusahaan yang besar akan memiliki dampak yang kecil terhadap hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap nilai perusahaan, perusahaan yang besar cenderung lebih berani dalam mengeluarkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Ukuran perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah karyawan, nilai pasar saham perusahaan, total penjualan atau total asetnya, semakin besar suatu perusahaan maka semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Isnaeni et al., 2021). Perusahaan yang berukuran besar lebih mudah mendapat kepercayaan dari kreditur untuk mendapatkan sumber pendanaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017).

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki hubungan yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Anisyah & Purwahandoko, 2017). Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam kegiatan operasionalnya menguntungkan dan menjajikan di masa yang akan datang, maka banyak investor yang akan menanamkan dananya untuk membeli saham di perusahaan tersebut (Ramdhonah et al., 2019). Pengaruh profitabilitas adalah searah dengan nilai perusahaan, setiap adanya peningkatan profitabilitas maka akan terjadi peningkatan pada nilai perusahaannya (Anisyah & Purwahandoko, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Anisyah dan Purwohandoko (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian Ramdhonah dkk (2019) menyatakan profitabilitas secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Kurniadiantoyo dan Kurnia (2022) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut.

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage adalah rasio yang menggambarkan kesinambungan antara utang yang dimiliki perusahaan terhadap modal sendiri, perusahaan yang menggunakan utang untuk membiayai kegiatan perusahaannya akan berpotensi meningkatkan profitabilitas perusahaan tersebut (Kurniadiantoyo & Kurnia, 2022). Tingkat *leverage* dibutuhkan oleh para kreditur untuk melakukan pengawasan kepada manajer dalam menggunakan dana pinjaman (Anisyah & Purwahandoko, 2017). Perusahaan yang

menggunakan utang untuk aktivitas perusahaan dan memiliki risiko yang besar atas tidak dapat terbayarnya utang tersebut, perusahaan harus lebih mempertimbangkan kemampuan dalam memperoleh laba yang cukup untuk membayar utang tersebut (Kurniadiantoyo & Kurnia, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) dan Listiani dan Ni'am (2023) menyatakan *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Amelia dkk (2022) menyatakan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut.

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal adalah sumber pendanaan yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat menjalankan aktivitas operasionalnya, baik berasal dari utang (pihak eksternal) maupun dari ekuitas (pihak internal) perusahaan (Bariyyah et al., 2019). Memperkuat kestabilan keuangan sebuah perusahaan merupakan hal yang penting, perubahan pada struktur modal dapat mengakibatkan perubahan pada nilai perusahaan (Manalu et al., 2021). Struktur modal yang baik akan memaksimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga dapat meningkatkan harga saham (Kurniadiantoyo & Kurnia, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah dkk (2019) dan Listiani dan Ni'am (2023) menyatakan struktur modal berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Irawan dan Kusuma (2019) dan kurniadiantoyo dan Kurnia (2022) menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut.

H3: Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah sebuah indikator yang menggambarkan perkembangan perusahaan pada suatu periode tertentu yang memperlihatkan performa perusahaan pada titik optimal yang akan memberikan dampak kepada peningkatan nilai perusahaan (Amelia et al., 2022). Nilai perusahaan yang dibentuk oleh indikator nilai pasar saham dipengaruhi oleh peluang investasi, jika pertumbuhan perusahaan baik dan membuat investor merespon secara positif untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, maka akan memberikan dampak positif bagi nilai perusahaan (Ramdhonah et al., 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah dkk (2019) dan Isnaeni dkk (2021) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Tumangkeng dan Mildawati (2018) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut.

H4: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah hasil pencapaian oleh perusahaan dalam

meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui beberapa proses dan total aset yang dimiliki perusahaan (Oktaviani et al., 2019). Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana perusahaan yang besar dapat mengakses pasar modal dengan mudah (Anisyah & Purwahandoko, 2017). Ukuran perusahaan umumnya berpengaruh pada penilaian investor dalam membuat dan mengambil keputusan investasi (Dewi & Ekadjaja, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisyah dan Purwohandoko (2017) dan Ramdhonah dkk (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan Irawan dan Kusuma (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut.

H5: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif berupa asosiatif yaitu penelitian yang menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel dengan angka dan melakukan analisa data prosedur statistik (Tumangkeng & Mildawati, 2018). Lokasi penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dapat diakses melalui situs www.idx.co.id. Di dalam penelitian ini, hubungan atau pengaruh yang diteliti meliputi profitabilitas, *leverage*, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* digunakan dalam penentuan sampel penelitian dengan memperhatikan kriteria tertentu (Amelia et al., 2022). Analisis data pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 dengan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), uji regresi parsial (uji t), simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2).

Tabel 1. Variabel dan Skala Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Sumber
Nilai Perusahaan	$Tobin's Q = \frac{MVE + Kewajiban}{Total\ aset}$	Mislinawati dkk (2021)
Profitabilitas	$Return\ On\ Asset\ (ROA) = \frac{Laba\ bersih}{Total\ aset}$	Listiani & Ni'am (2023)
<i>Leverage</i>	$Debt\ to\ Equity\ Ratio\ (DER) = \frac{Total\ utang}{Total\ ekuitas}$	Kurniantoyo & Kurnia

Struktur Modal	$Debt\ to\ Total\ Asset\ Ratio\ (DAR) = \frac{Total\ utang}{Total\ aset}$	(2022) Kurniantoyo & Kurnia (2022)
Pertumbuhan Perusahaan	$Growth = \frac{Total\ aktiva\ (t) - Total\ aktiva\ (t-1)}{Total\ aktiva\ (t-1)}$	Isnaeni dkk (2021)
Ukuran Perusahaan	$Size = Ln\ (Total\ aset)$	Amelia dkk (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev.
Prof	143	0,0005	0,3130	0,084106	0,0552519
Lev	143	0,1028	4,9350	0,955597	0,9636842
SM	143	0,0932	0,8315	0,407159	0,1898071
PP	143	-0,1546	1,6761	0,080214	0,1688316
UP	143	27,2250	32,8599	29,621426	1,4749487
NP	143	0,4764	5,5490	1,667117	0,9084827
Valid N (listwise)	143				

Sumber: Hasil Analisis Data Penulis, 2024

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa jumlah data yang dianalisis dalam penelitian ini selama periode waktu 2019-2023 sejumlah 143 unit analisis. Nilai minimum dari variabel Profitabilitas (Prof) sebesar 0,0005 pada perusahaan Sekar Bumi Tbk, nilai maksimum sebesar 0,3130 pada perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk, nilai rata-rata pada variabel Profitabilitas (Prof) sebesar 0,084106, dan nilai *standart deviation* sebesar 0,0552519. Nilai minimum dari variabel *Leverage* (Lev) sebesar 0,1028 pada perusahaan PP London Sumatra Indonesia Tbk, nilai maksimum sebesar 4,9350 pada perusahaan Sawit Sumbermas Sarana Tbk, nilai rata-rata pada variabel *Leverage* (Lev) sebesar 0,955597, dan nilai *standart deviation* sebesar 0,9636842. Nilai minimum dari variabel Struktur Modal (SM) sebesar 0,0932 pada perusahaan PP London Sumatra Indonesia Tbk, nilai maksimum sebesar 0,8315 pada perusahaan Sawit Sumbermas Sarana Tbk, nilai rata-rata pada variabel Struktur Modal (SM) sebesar 0,407159, dan nilai *standart deviation* sebesar 0,1898071. Nilai minimum dari variabel Pertumbuhan Perusahaan (PP) sebesar -0,1546 pada perusahaan PP London Sumatra Indonesia Tbk, nilai maksimum sebesar 1,6761 pada perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk, nilai rata-rata pada Pertumbuhan Perusahaan (PP) sebesar 0,080214, dan nilai *standart deviation* sebesar 0,1688316. Nilai minimum dari variabel Ukuran Perusahaan (UP) sebesar 27,2250 pada perusahaan Mulia Boga Raya Tbk, nilai maksimum sebesar 32,8599 pada perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk, nilai rata-rata pada variabel Ukuran

Perusahaan (UP) sebesar 29,621426, dan nilai *standart deviation* sebesar 1,4749487. Nilai minimum dari variabel Nilai Perusahaan (NP) sebesar 0,4764 pada perusahaan Wisnilak Inti Makmur Tbk, nilai maksimum sebesar 5,5490 pada perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk, nilai rata-rata pada variabel Nilai Perusahaan (NP) sebesar 1,667117, dan nilai *standart deviation* sebesar 0,9084827.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Analisis Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,063	Data terdistribusi normal

Sumber: Hasil Analisis Data Penulis, 2024

Dari data tersebut diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,063. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $> 0,05$ yang artinya data tersebut terdistribusi normal. Sehingga, model regresi dapat dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Analisis Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Prof	0,750	1,334	Tidak terjadi multokolinearitas
Lev	0,196	5,100	Tidak terjadi multokolinearitas
SM	0,183	5,473	Tidak terjadi multokolinearitas
PP	0,963	1,039	Tidak terjadi multokolinearitas
UP	0,820	1,220	Tidak terjadi multokolinearitas

Sumber: Hasil Analisis Data Penulis, 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel tersebut menunjukkan bahwa secara berturut-turut variabel Profitabilitas (Prof), *Leverage* (Lev), Struktur Modal (SM), Pertumbuhan Perusahaan (PP), dan Ukuran Perusahaan (UP) memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 . Dapat disimpulkan bahwa setiap variabel bebas (independen) tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Prof	0,171	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lev	0,087	Tidak terjadi heteroskedastisitas
SM	0,431	Tidak terjadi heteroskedastisitas
PP	0,736	Tidak terjadi heteroskedastisitas
UP	0,511	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Analisis Data Penulis, 2024

Berdasarkan hasil uji *gletjer* menunjukkan bahwa semua variabel bebas (independen) yang diuji memiliki nilai signifikan $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini semua variabel bebas (independen) terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Analisis Uji Autokorelasi

	Durbin Watson	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	2,118	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Hasil Analisis Data Penulis, 2024

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan Durbin Watson (DW-Test) menunjukkan nilai yang diperoleh sebesar 2,118. Nilai dU sebesar 1,7996 dan nilai 4-dU sebesar 2,2004. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $dU < DW < 4-dU$ sehingga tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t hitung	Signifikan t	Keterangan
Konstanta	0,308	0,291	0,771	
Prof	14.275	13,998	0,000	H1 Diterima
Lev	-0,126	-1,104	0,272	H2 Ditolak
SM	1,950	3,243	0,001	H3 Diterima
PP	-0,119	-0,406	0,686	H4 Ditolak
UP	-0,017	-0,467	0,641	H4 Ditolak
F hitung			41,969	
R Square			0,605	
Adjusted R			0,591	
Signifikan F			0,000	

Sumber: Hasil Analisis Data Penulis, 2024

$$NP = 0,308 + 14,275Prof - 0,126Lev + 1,950SM - 0,119PP - 0,017UP + e$$

Berdasarkan model regresi linear berganda di atas, hasil koefisien regresi penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 0,308 artinya apabila variabel Profitabilitas (Prof), *Leverage* (Lev), Struktur Modal (SM), Pertumbuhan Perusahaan (PP), dan Ukuran Perusahaan (UP) memiliki nilai tetap atau konsisten, maka nilai variabel Nilai Perusahaan sebesar 0,308.

Nilai koefisien dari variabel profitabilitas (Prof) sebesar +14,275 artinya apabila terdapat kenaikan sebesar 1% pada profitabilitas maka nilai pada nilai

perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 14,275%, begitu pula sebaliknya.

Nilai koefisien dari variabel *leverage* (Lev) sebesar -0,126 artinya apabila terdapat kenaikan sebesar 1% pada *leverage* maka nilai pada nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,126%, begitu pula sebaliknya.

Nilai koefisien dari variabel struktur modal (SM) sebesar +1,950 artinya apabila terdapat kenaikan sebesar 1% pada struktur modal maka nilai pada nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 1,950%, begitu pula sebaliknya.

Nilai koefisien dari variabel pertumbuhan perusahaan (PP) sebesar -0,119 artinya apabila terdapat kenaikan sebesar 1% pada pertumbuhan perusahaan maka nilai pada nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,119%, begitu pula sebaliknya.

Nilai koefisien dari variabel ukuran perusahaan (UP) sebesar -0,017 artinya apabila terdapat kenaikan sebesar 1% pada ukuran perusahaan maka nilai pada nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,017%, begitu pula sebaliknya.

Uji Signifikan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah model regresi *fit* atau layak digunakan. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 7 diperoleh nilai F hitung sebesar 41,969 dengan nilai signifikan 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi *fit* atau layak digunakan dimana $0,000 < 0,05$.

Uji Signifikansi Individual (Uji t)

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 7 dijelaskan sebagai berikut.

Hasil analisis signifikan pada variabel profitabilitas (Prof) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya H1 diterima atau profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil analisis signifikan pada variabel *leverage* (Lev) sebesar 0,272 lebih besar dari 0,05 yang artinya H2 ditolak atau *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil analisis signifikan pada variabel struktur modal (SM) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 yang artinya H3 diterima atau struktur modal berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil analisis signifikan pada variabel pertumbuhan perusahaan (PP) sebesar 0,686 lebih besar dari 0,05 yang artinya H4 ditolak atau pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil analisis signifikan pada variabel ukuran perusahaan (UP) sebesar 0,641 lebih besar dari 0,05 yang artinya H5 ditolak atau struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Berdasarkan tabel 7 diperoleh nilai Adjusted R-Square sebesar 0,591 yang menunjukkan nilai sebesar 59,1%. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa

profitabilitas (Prof), *leverage* (Lev), struktur modal (SM), pertumbuhan perusahaan (PP), dan ukuran perusahaan (UP) menerangkan variasi variabel nilai perusahaan sebesar 59,1% dan sisanya 40,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang menghasilkan signifikansi 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti H1 diterima.

Pada perusahaan penelitian menunjukkan nilai laba positif. Hasil analisis sejalan dengan teori sinyal dimana perusahaan harus memberikan informasi laporan keuangan yang baik kepada pihak luar perusahaan sebagai isyarat positif terhadap nilai perusahaan di masa yang akan datang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisyah dan Purwohandoko (2017) serta Dewi dan Ekadjaja (2020) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang menghasilkan signifikansi 0,272 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti H2 ditolak.

Hasil *leverage* yang diproksikan menggunakan DER tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Seberapapun tinggi atau rendahnya rasio utang terhadap ekuitas, tidak berpengaruh terhadap rasio tinggi atau rendahnya nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan biaya financial distress yang dapat berdampak negatif pada nilai perusahaan (Amelia et al., 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kurniantoy dan kurnia (2022) yang membuktikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Amelia dkk (2022) yang membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang menghasilkan signifikansi 0,001 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti H3 diterima.

Hasil analisis pada penelitian ini sejalan dengan teori *trade-off* dimana struktur modal memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, karena jika posisi struktur modal di bawah titik optimal maka setiap utang tambahan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah dkk (2019) serta Listianti dan Ni'am (2023) yang membuktikan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang menghasilkan signifikansi 0,686 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti H4 ditolak.

Tingkat penjualan yang tinggi pada perusahaan dikhawatirkan bahwa perusahaan sedang mengalami puncak *cycle product* dan tidak dapat tumbuh lagi, hal ini membuat investor mengurungkan minatnya untuk berinvestasi pada perusahaan sehingga menyebabkan nilai perusahaan turun (Amelia et al., 2022).

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Amelia dkk (2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang menghasilkan signifikansi 0,641 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti H5 ditolak.

Sumber pendanaan perusahaan salah satunya diperoleh melalui utang, semakin besar perusahaan maka semakin besar utang yang dimiliki, menyebabkan perusahaan belum berani melakukan investasi sebelum utang terlunasi (Tumangkeng & Mildawati, 2018).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Suwandika dan Mustanda (2017) serta Tumangkeng dan Mildawati (2018) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa: pertama, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* di Indonesia periode 2019-2023, H1 diterima. Kedua, *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* di Indonesia periode 2019-2023, H2 ditolak. Ketiga, struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* di Indonesia periode 2019-2023, H3 diterima. Keempat, pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* di Indonesia periode 2019-2023, H4 ditolak. Kelima, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non cyclicals* di Indonesia periode 2019-2023, H5 ditolak. Berdasarkan simpulan, bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan sektor-sektor lain pada *Indonesia Exchange Industrial Classification* (IDX-IC). Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk menambah faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan menambah periode observasi agar dapat memberikan hasil penelitian yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. D., Abbas, D. S., Zulaecha, H. E., & Santoso, S. B. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(3), 108–117.
- Anisyah, & Purwahandoko. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Pada BEI Periode 2010-2015. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 1(1), 34–40.
- Bariyyah, K., Ermawan, E., & Wijayanti, R. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2015-2017. *Jurnal Akuntansi*, 2(1), 37–45.
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(1), 118–126.
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Stuktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81.
- Isnaeni, W. A., Santoso, S. B., Rachmawati, E., & Santoso, E. B. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Review of Applied Accounting Research (RAAR)*, 1(1), 14–24.
- Kolamban, D. V, Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA*, 8(3), 174–183.
- Kurniantoyo, G. M., & Kurnia. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Retail Yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(10), 1–15.
- Listiani, E. D., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage di BEI. *Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan*, 6(1), 58–69.
- Manalu, P., Getsmani, Hutagaol, C. P., & Aruna, D. A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Struktur Modal, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2017. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(1), 37–50.
- Mislinawati, Fahira, A., Faradilla, C., & Eriva, C. Y. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 5(2), 146–163.
- Oktaviani, M., Rosmaniar, A., & Hadi, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size)

dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Balance*, 16(1), 102–111.

Ramadhon, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 67–82.

Rusiah, N., Mardani, R. M., & Khoirul, M. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Riset Manajemen*, 6(6).

Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.

Tumangkeng, M. F., & Mildawati, T. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(6), 1–16.

Wulandari, S., Masitoh, E., & Siddi, P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran perusahaan, Pertumbuhan Perusaha, Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(4), 753–761.