

Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)

Eva Fauziah Ahmad¹, Tito Marta Sugema Dasuki², Euis Meilani³

(Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka)

Email: evafauziahahmad@unma.ac.id
titodasuki@gmail.com
meilanieuis21@gmail.com

Submit: 01 Januari 2024	Revisi : 31 Januari 2024	Disetujui: 07 Februari 2024
-------------------------	--------------------------	-----------------------------

ABSTRAK

Sebuah perusahaan yang baik dapat terlihat dari nilai perusahaannya, saat ini persaingan bisnis antar perusahaan sangat ketat dan tidak lepas dari pengaruh perkembangan sosial, politik, teknologi dan ekonomi. Oleh karena itu perusahaan harus lebih efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan serta meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham serta meningkatkan pertumbuhan perusahaan dengan meningkatkan nilai perusahaan. Pendekatan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Sementara itu, sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling sehingga diperoleh sebanyak 19 perusahaan selama 3 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Kata Kunci 3-5 kata [*Calibri 10, spasi 1, Italic, disusun berdasarkan abjad, lowercase*]

ABSTRACT

A good company is seen from the value of the company, currently business competition between companies is very tight and cannot be separated from the influence of social, political, technological and economic developments. Therefore the company must be more effective and efficient in carrying out the company's operational activities as well as improving performance and innovating by increasing shareholder prosperity and to increase company growth by increasing company value. The approach in this research is descriptive analysis and verification using secondary data. The population in this study is the food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. While the sample in this study was determined by purposive sampling method so as to obtain as many as 19 companies for 3 years. The results of this study indicate that profitability has a significant effect on firm value, leverage has a significant effect on firm value and firm size has a significant effect on firm value.

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

DOI:

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang, tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan atau keuntungan yang sebesar-besarnya dengan menggunakan sumber daya perusahaan itu sendiri. Tujuan jangka panjangnya adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Bagi manajemen, nilai suatu perusahaan dapat dijadikan sebagai indikator bagaimana cara investor berpikir tentang kinerja perusahaan dimasa lalu dan seperti apa prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut. Dengan nilai perusahaan yang tinggi akan menunjukkan kemakmuran pemegang saham, dan dengan nilai perusahaan yang tinggi juga dapat menggambarkan kesejahteraan pemegang saham (Franita, 2018: 4).

Menurut Kasmir (2016:114), rasio profitabilitas adalah rasio yang menilai kemampuan suatu perusahaan untuk mengejar keuntungan atau laba dalam jangka waktu tertentu. Prospek perusahaan yang baik menunjuk kan profitabilitas yang tinggi, dan perusahaan dengan profit yang tinggi menarik investor untuk membeli sahamnya, sehingga mendapatkan respon positif dari investor dan meningkatkan nilai perusahaan.

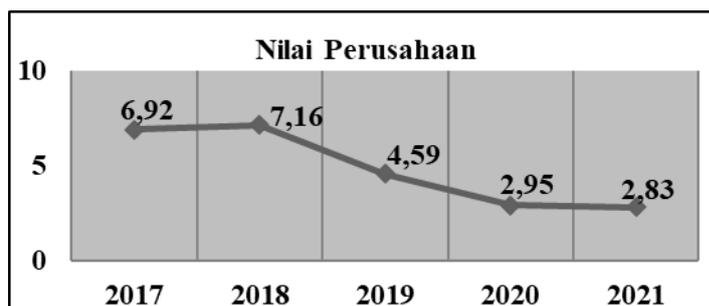
Faktor penting lain yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu leverage. Leverage digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Menurut Kasmir (2016:150) leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai oleh hutang. Keputusan pendanaan (hutang) yang berkaitan dengan pemilihan sumber dana baik yang berasal dari eksternal maupun dari internal perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan

Selain profitabilitas dan leverage yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Jogiyanto (2016:685), ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan nilai total aktiva atau penjualan bersih atau nilai ekuitas. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan.

Putu Ayu dan Gerianta (2018), mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan yang berukuran kecil. Windi Novianty dan Wendy May (2018) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dilihat dari bidang bisnis yang sedang dioperasikan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, tingkat penjualan rata-rata.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan salah satu sektor industri penyumbang utama pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Berdasarkan laporan statistic untuk mengetahui perkembangan nilai perusahaan makanan dan minuman selama periode 2017-2021 dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1 Rata – Rata Nilai Perusahaan Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman

Berdasarkan gambar tersebut di atas, dapat diketahui secara umum nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman mengalami penurunan. Pada tahun 2017 rata-rata nilai perusahaan tercatat sebesar 6,92%, kemudian pada tahun 2018 menjadi 7,16% atau meningkat 3,47% dari tahun 2017. Selanjutnya, pada tahun 2019 sampai tahun 2021 nilai perusahaan secara konsisten mengalami penurunan setiap tahunnya. Tahun 2019 rata-rata nilai perusahaan tercatat 4,59% atau turun 35,89% dari tahun 2018. Kemudian pada tahun 2020 rata-rata nilai perusahaan tercatat 2,95% atau turun 35,73%, dan pada tahun 2021 menjadi 2,83% atau turun 4,07% dari tahun 2020.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh antara profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaan, dengan kata lain ketika profitabilitas suatu perusahaan memiliki nilai bagus diharapkan menjadi sinyal bagus bagi investor karena nilai perusahaannya membaik. Sementara ketika perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam membayar kewajibannya baik utang jangka pendek maupun utang jangka panjang yang dinilai dari tingkat leveragenya, akan memberikan sinyal yang baik pula bagi investor, dalam hal ini investor menduga perusahaan nilai perusahaan mengalami kenaikan seiring dengan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajibannya tersebut. Dan ukuran perusahaan berhubungan dengan skala pemodalannya yang akan diperoleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan fenomena-fenomena di atas, maka penelitian ingin melakukan penelitian guna mengetahui hasil yang sebenarnya terjadi dengan data yang relevan, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)”**.

METODE PENELITIAN

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tergolong pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2021, diperoleh 95 sampel. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah Non probability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang listing di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2021. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji kelayakan model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

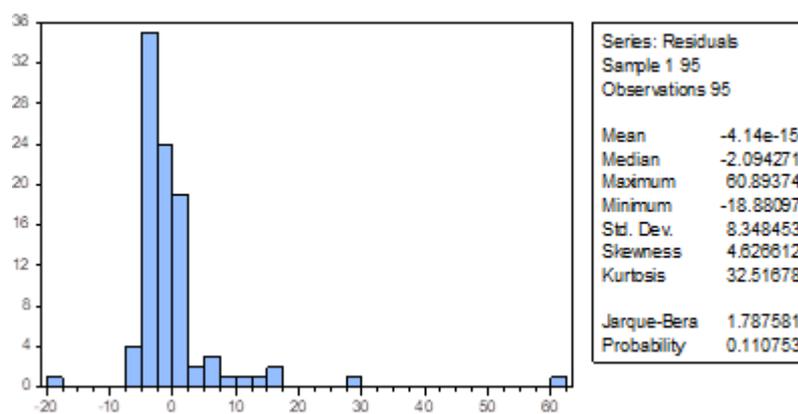
Tabel 1 STATISTIK DESKRIPTIF

	NP	ROE	DER	UP
Mean	5.183158	8.950000	1.053368	7.935789
Maximum	67.03000	128.1100	11.66000	12.06000
Minimum	-2.630000	-59.57000	-2.540000	4.220000
Std. Dev.	9.437507	25.26458	1.374983	1.593578
Observations	95	95	95	95

Sumber: Output Eviews 10. (data diolah sendiri)

Berdasarkan tabel 1 tersebut, dapat dijelaskan statistik deskriptif yaitu Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2021, rata-rata sebesar 5,183%, dengan nilai tertinggi sebesar 67,03%. Profitabilitas perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2021, rata-rata sebesar 8,95%, dengan nilai tertinggi sebesar 128,11%. Leverage perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2021, rata-rata sebesar 1,05% dengan nilai tertinggi sebesar 11,66%. Ukuran perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2021, rata-rata sebesar 7,94% dengan nilai tertinggi sebesar 12,06%.

Uji Normalitas



Gambar 2 Uji Normalitas

Sumber: Output Eviews 10. (data diolah sendiri)

Dapat dilihat bahwa nilai statistik Jarque-Berra yang diperoleh sebesar 1,787581 dengan probabilitas sebesar 0,11. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,11 > 0,05$), data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi normal, dan dapat digunakan untuk proses pengujian selanjutnya untuk kepentingan penelitian.

Uji Multikolinieritas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors
 Date: 06/21/22 Time: 09:28
 Sample: 1 95
 Included observations: 95

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	20.73621	27.36242	NA
ROE	0.001225	1.150711	1.021194
DER	0.408294	1.605655	1.007851
UP	0.308109	26.62573	1.021599

Sumber : Output Eviews 10. (data diolah sendiri, 2022)

Dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel bebas profitabilitas dengan menggunakan ROE, leverage dengan menggunakan DER, dan ukuran perusahaan, masing-masing sebesar 1,021194, 1,007851, dan 1,021599 < 10. Nilai ini memberi makna bahwa tidak terdapat korelasi sempurna antar variabel bebas, sehingga dapat dikatakan tidak ada gejala multikolinieritas dalam model penelitian yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Test Equation:
 Dependent Variable: ARESID
 Method: Least Squares
 Date: 06/21/22 Time: 09:18
 Sample: 1 95
 Included observations: 95

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.50397	3.687514	3.119708	0.0024
ROE	0.077099	0.098346	0.783956	0.8178
DER	0.248722	0.517434	0.480682	0.6319
UP	0.034460	0.949491	0.036293	0.2037

Sumber : Output Eviews 10. (data diolah sendiri, 2022)

Pada tabel 3 diatas, diketahui bahwa nilai probabilitas variabel profitabilitas yang diperoleh sebesar 0,8178, leverage (DER) sebesar 0,6319, dan ukuran perusahaan sebesar 0,2037. Masing-masing variabel bebas tersebut memiliki nilai probabilitas > 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa model penelitian memiliki variabel bebas yang tidak signifikan terhadap nilai absolut residual (ARESID). Dengan kata lain, model regresi yang digunakan tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.817477	Mean dependent var	5.183158
Adjusted R-squared	0.691679	S.D. dependent var	9.437507
S.E. of regression	8.484949	Akaike info criterion	7.155658
Sum squared resid	6551.486	Schwarz criterion	7.263190
Log likelihood	-335.8938	Hannan-Quinn criter.	7.199109
F-statistic	12.43016	Durbin-Watson stat	2.230005
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Output Eviews 10. (data diolah sendiri, 2022)

Pada tabel 4 diatas, diperoleh nilai statistik Durbin-Waston (DW) sebesar 2,230005. Selanjutnya membandingkan nilai ini dengan nilai signifikan 0,05%, jumlah sampel (n) = 95 dan jumlah variabel bebas (k) = 2, maka diperoleh nilai batas atas (du) = 1,7316. Maka dapat dinyatakan bahwa nilai statistik DW yang diperoleh sebesar 2,230005 > nilai batas atas (du) sebesar 1,7316 dan kurang dari (4-du) $4 - 1,7316 = 2,2684$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi pada model regresi yang digunakan.

Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Analisis Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: NP
Method: Least Squares
Date: 06/21/22 Time: 09:16
Sample: 1 95
Included observations: 95

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.92201	4.553702	2.618092	0.0104
ROE	0.167975	0.035005	4.798616	0.0000
DER	0.492233	0.138978	3.541805	0.0001
UP	1.103952	0.255076	4.327933	0.0000

Sumber : Output Eviews 10. (data diolah sendiri, 2022)

Berdasarkan tabel 5 tersebut, dapat disusun persamaan regresi linear berganda dalam penelitian sebagai berikut :

1. Konstanta (C) yang diperoleh sebesar 11,92201 dan bertanda positif. Artinya jika variabel profitabilitas (ROE), leverage (DER), dan ukuran perusahaan memiliki nilai nol (0), maka nilai perusahaan tetap sebesar 11,92%.
2. Koefisien regresi profitabilitas (ROE) sebesar 0,167975 dan bertanda positif. Artinya jika variabel profitabilitas naik 1%, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,17% dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.

3. Koefisien regresi leverage (DER) sebesar 0,492233 dan bertanda positif. Artinya jika variabel leverage naik 1%, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,49% dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 1.103952 dan bertanda positif. Artinya jika variabel ukuran perusahaan naik 1%, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 1,10% dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.
5. Nilai residual ϵ artinya faktor gangguan, atau faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Uji Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 6 Analisis Koefisien Determinasi

	NP	ROE	DER	UP
NP	1	0.600	0.445	0.632
ROE	0.600	1	0.065	0.133
DER	0.455	0.065	1	0.068
UP	0.632	0.133	0.068	1

Sumber : Output Eviews 10. (data diolah sendiri, 2022)

Berdasarkan tabel 6 di atas, nilai zero-order untuk variabel profitabilitas (ROE) sebesar 0,600, variabel leverage (DER) sebesar 0,455, dan untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0,632.

Uji Kelayakan Model

Tabel 7 Hasil Uji Kelayakan Statistik

F-statistic	12.43016	Durbin-Watson stat	2.230005
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Output Eviews 10. (data diolah sendiri, 2021)

Berdasarkan hasil dari tabel 7 di atas, diperoleh nilai F-hitung sebesar 12,43016 dengan nilai Profitabilitas sebesar 0,000. Pada taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai F-tabel = $(n - k - 1) (95 - 3 - 1) (91) = 2,70$. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai F-hitung $12,43016 >$ nilai F-tabel 2,70. Sehingga dapat dikatakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini layak atau memenuhi kriteria Goodness Of Fit Model untuk memprediksi nilai perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama tahun 2017-2021.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang disajikan uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel profitabilitas menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4,799 dan t-tabel sebesar 1,662 dengan tingkat signifikansi 0,05 maka $t\text{-hitung} 4,799 > t\text{-tabel} 1,662$ dan nilai signifikansinya $0,0000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel leverage menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,542 dan t-tabel sebesar 1,662 dengan tingkat signifikansi 0,05 maka $t\text{-hitung} 3,542 > t\text{-tabel} 1,662$ dan nilai

signifikansinya $0,0001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang kedua dapat dibuktikan kebenarannya.

3. Variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4,328 dan t-tabel sebesar 1,662 dengan tingkat signifikansi 0,05 maka $t\text{-hitung } 4,328 > t\text{-tabel } 1,662$ dan nilai signifikansinya $0,0000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang ketiga dapat dibuktikan kebenarannya.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil analisis verifikatif, diperoleh hasil bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2021, dimana nilai t-hitung $4,779 > t\text{-tabel } 1,662$ pada taraf kepercayaan 0,05, dengan nilai kontribusi sebesar 36%. Hasil ini membuktikan hipotesis yang diajukan dan konsisten dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Indriyani (2017) yang juga membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2015.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil analisis verifikatif, diperoleh hasil bahwa leverage (DER) berpengaruh terhadap nilai perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2021, dimana nilai t-hitung $3,542 > t\text{-tabel } 1,662$ pada taraf kepercayaan 0,05, dengan nilai kontribusi sebesar 20,70%. Hasil ini membuktikan hipotesis yang diajukan yakni leverage mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Utama dan Lisa (2018) yang menunjukkan bahwa leverage yang diproksi oleh *debt to equity ratio* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil analisis verifikatif, diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2021, dimana nilai t-hitung $4,328 > t\text{-tabel } 1,662$ pada taraf kepercayaan 0,05, dengan nilai kontribusi sebesar 39,94%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
2. Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
3. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dalam upaya meningkatkan pengelolaan keuangan dengan baik dan meningkatkan kinerja perusahaan dalam memperoleh keuntungan, sehingga dapat dialokasikan dengan tepat dan hal tersebut dapat membantu investor dalam mengambil keputusan

- investasi pada perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan.
2. Manajemen perusahaan sebaiknya menjaga rasio utangnya (*leverage*) dengan baik dan efisien, karena apabila rasio utang (*leverage*) terlalu tinggi akan menyebabkan nilai perusahaan menurun, sebaiknya perusahaan melakukan pengelolaan keuangan dengan baik. Dan perusahaan juga harus memanfaatkan aset yang dimiliki secara maksimal untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang nantinya akan menciptakan laba yang tinggi guna meningkatkan nilai perusahaan.
 3. Dalam upaya meningkatkan ukuran perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, hendaknya perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI meningkatkan kinerja perusahaan tiap tahunnya agar aktiva perusahaan bisa meningkat karena peningkatan aktiva mengindikasikan besarnya ukuran perusahaan, sehingga dengan peningkatan asset (aktiva) tersebut diharapkan mampu memberikan daya tarik kepada para investor untuk menanamkan modalnya.
 4. Dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan, sebaiknya perusahaan yang memiliki aset besar agar lebih meningkatkan pengelolaan perusahaannya, yaitu dengan cara meningkatkan manajerial pada perusahaan tersebut. Selain itu, perusahaan juga harus memanfaatkan aset yang dimiliki secara maksimal untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang nantinya akan menciptakan profitabilitas yang tinggi guna meningkatkan nilai perusahaan.
 5. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah periode penelitian yang digunakan hanya 5 (lima) tahun pengamatan yaitu tahun 2017 sampai dengan 2021. Dan diharapkan bagi peneliti berikutnya, untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang sama tetapi unit analisis yang berbeda, misalnya perusahaan sektor konstruksi, properti dan perusahaan di sektor lainnya yang terdaftar di BEI, agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori akuntansi keuangan dan konsep diterima secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Ross, Stephen, dkk. (2015). *Pengantar Kuangan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Apriada, K., & Suardhika, M. S. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Struktur Modal dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan. *E-journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 5(2): 201-218
- Brigham & Houston. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Franita. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Imam Ghozali. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indriyani. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333-348.
- Jogiyanto Hartono. (2016). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kesepuluh*. Yogyakarta: BPF.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Novari, Putu Mikhy dan Putu Vivi Lestari.(2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (9), 5671-5694.
- Putu Ayu,W., &Gerianta, W. Y. 2018.Pengaruh profitabilitas, free cash flow dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2011-2015. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 23(2), 957-981.
- Ramadhitya, G. K., & Dillak V. J. (2018).Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016). *e-Proceeding of Management*, 5(3), 3589-3597.
- Risma, A., &Regi, M. P.(2017). Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 19(1), 200-2011.
- Sekar, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Salemba Empat. Jakarta Selatan 12610.
- Siahaan, M. (2016). Pengaruh Leverage dan Profotabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Lion Metal Works, Tbk. Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Financial*, 2(2), 16-22.
- Silvia. (2018). Pengaruh Likuiditas dan Leverage Terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Keramik, Porselen dan Kaca yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Financial*, 4(1), 16-21.
- Sudana, I Made. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*.Jakarta:Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Windi Novianti & Wendy May, A. (2018). Improving Corporate Values Through the Size of Companies and Capital Structures. *ICOBEST; Atlantis Press* 225, 255-257.