PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES DI BEI PERIODE (2018-2022)

Proposal Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Akuntansi Syariah (S.Akun)

Oleh:

SEPTI TRINANDAYANI

NIM: 3420003

Dosen Pembimbing:

TARTILA DEVY, SE., M.Ak

PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

2023M/1444H

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* DI BEI PERIODE (2018-2022)

A. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan merupakan kondisi dimana pertambahan antara ekuitas perusahaan dan hutang perusahaan (Damanik, Siahaan dan Susanti, 2017). Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan PBV (*Price to book value*), semakin tinggi nilai PBV suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor dan perusahaan akan dipandang baik untuk men-sejahterakan investor (Shanti et al, 2019). Pada umumnya, sebuah perusahaan mempunyai dua tujuan, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek perusahaan salah satunya adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal dengan cara memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan dan jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan agar dapat memakmurkan dan menyejahteraan para pemegang saham. Para investor akan tertarik untuk berinvestasi jika perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik.[1] Nilai perusahaan adalah gambaran bagi investor tentang perusahaan yang pada umumnya dinilai dari harga sahamnya (Savitri et al., 2021).

Jika nilai perusahaan tinggi berarti tercermin dalam harga saham yang tinggi. Investor percaya ketika nilai perusahaan tinggi sejalan dengan harga saham, perusahaan mampu menarik investor.

---

[1] Ahmad Asyroful Haq, Mujiyati, *"Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Subsector Food And Beverage pada BEI"*, Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology Magelang, 8 Juni 2022 e-ISSN: 2828-0725, hal 1024

Perusahaan *food and beverages* di Indonesia cukup pesat dan merupakan unggulan yang mampu memberikan kontribusi besar kepada perekonomian dikarenakan sektor yang paling tahan terhadap krisis ekonomi yaitu pada saat krisis terjadi, makanan dan minuman tetap akan di cari karena merupakan kebutuhan yang paling dasar, sehingga investasi di bidang *food and beverages* merupakan investasi yang menjanjikan seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia. Untuk itu perusahaan harus mampu memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin kompleks akan kebutuhannya, terlebih dengan perubahan kondisi yang sangat cepat secara global memaksa perusahaan mampu untuk beradaptasi dalam kondisi saat ini.[2]

Nilai perusahaan merupakan salah satu pertimbangan orang untuk memutuskan berinvestasi, maka nilai perusahaan mencerminkan angka baik. Jika angkanya buruk atau nilai nya turun akan terjadi masalah. Untuk mendapatkan nilai perusahaan yang baik maka perusahaan harus dapat memaksimalkan nilai sekarang berdasarkan semua keuntungan yang akan diperoleh investor pada masa depan, karena nilai perusahaan yang akan datang dapat dijadikan tolak ukur dalam setiap pengambilan keputusan yang akan dilakukan perusahaaan dalam mempengaruhi nilai perusahaan (Kurniawan & Ardiansyah, 2020). Nilai perusahaan dapat dicerminkan melalui harga saham suatu perusahaan yang dijual dan dapat kita lihat pada Bursa Efek Indonesia.

[2] Hamas Sekar Mega Palestina *"Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Subsector Food And Beverage pada BEI"*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 9, Nomor 3, Maret 2020, hal 2

Tabel 1.1 Data nilai perusahaan sektor *food and beverages* tahun 2018-2022

PBV Sektor Food and Beverages yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022

	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022
1	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	Rp 464.916.297,6	-	Rp 257.786.217,6	Rp 253.170.508,9	-
2	GOOD	PT. Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk.	Rp 6.306.874,247	-	Rp 4.172.219,518	Rp 3.732.995,055	Rp 1.144.993,375
3	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	Rp 920.891.347,2	Rp 712.004.999,7	Rp 679.940.466,4	Rp 142.919.749,1	Rp 130.404.407,5

Sumber: laporan posisi keuangan perusahaan food and beverages 2018-2022

Dari data diatas diketahui bahwa nilai perusahaan dari tiga perusahaan adalah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. pada periode 2018-2022 mengalami kenaikan terjadi pada tahun 2018 sebesar Rp 920.891.347,2 dan penurunan pada tahun 2021 Rp 130,404.407,5. Hal ini menunjukkan semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh investor. Harga suatu saham dapat berubah-ubah (naik turun).

Tabel 1.2 Data profitabilitas perusahaan sektor *food and beverages* periode 2018-2022

ROE Sektor Food and Beverages yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022

	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022
1	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	Rp 3.863.030,239	-	Rp 3.716.107,707	Rp 2.882.727,094	-
2	GOOD	PT. Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk.	Rp 3.448.090,524	-	Rp 3.136.242,539	Rp 3.000.626,548	Rp 2.892.470,779
3	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	Rp 1.470.341,208	Rp 1.413.089,285	Rp 1.183.792,733	Rp 1.146.752,825	Rp 1.032.770,901

Sumber: laporan laba rugi dan laporan posisi keuangan perusahaan food and beverages 2018-2022

Berdasarkan teori, jika profitabilitas menurun pada tiga perusahaan adalah PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. pada tahun 2021 Rp 2.882.727,094 dan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. pada tahun 2022 Rp 1.032.770.901. sedangkan profitabilitas meningkat pada PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. tahun 2018 Rp 3.863.030,239. hal ini menunjukkan aktiva lancar menghasilkan lebih sedikit dibandingkan dengan aktiva tetap.

Tabel 1.3 Data leverage perusahaan sektor *food and beverages* periode 2018-2022

DAR Sektor Food and Beverages yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022

	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022
1	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0,19529198	0,187918089	0,182645559	0,164513001	0,097914108
2	GOOD	PT. Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk.	0,559511465	0,552115241	0,542613022	0,453785542	0,409029634
3	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	0,516982884	0,514896812	0,482929981	0,481121068	0,436556134

Sumber: laporan posisi keuangan perusahaan sektor food and beverages 2018-2022

Berdasarkan teori, leverage menurun tiga perusahaan pada tahun 2022 Rp 0.097.914.108, Rp 0.409.029.634, Rp 0.436.556.134 . hal ini menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang. Semakin besar menunjukkan risiko investasi semakin besar pula.

Tabel 1.4 Data likuiditas perusahaan sektor *food and beverages* periode 2018-2022

CR Sektor Food and Beverages yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022

	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022
1	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	9.954.171,402	5.113.035,433	4.799.719,166	4.797.111,24	4.662.721,901
2	GOOD	PT. Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk.	2.368.675,048	1.103.716,902	1.049.515,357	1.740.686,032	1.475.401,17
3	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	1.786.004,413	1.373.263,142	1.341.060,248	1.272.071,153	1.066.289,874

Sumber: laporan posisi keuangan perusahaan sektor food and beverages 2018-2022

Berdasarkan teori, jika likuiditas menurun tiga perusahaan pada tahun 2022 Rp 4.662.721.901, Rp 1.475.401,17, Rp 1.066.289.874. hal ini menunjukkan perusahaan likuiditas ini menggunakan dana internal dibandingkan dana eksternal berupa hutang. Dana internal perusahaaan yang terlalu besar akan menimbulkan kesan negatif bagi para investor.

Tabel 1.5 Data ukuran perusahaan sektor *food and beverages* periode 2018-2022

Firm Size Sektor Food and Beverages yang terdaftar di BEI

Tahun 2018-2022

	Kode Perusahaan	**Kode Perusahaan**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**
1	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	28.172.349,24	28.160.111,24	28.079.975,91	27.962.537,91	27.787.132,2
2	GOOD	PT. Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk.	29.622.638,03	29.543.020,2	29.513.682,52	29.252.993,67	29.069.055,64
3	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	19.010.871,74	19.004.884,29	18.910.097,93	18.385.445,16	18.381.924,94

Sumber: laporan posisi keuangan perusahaan sektor food and beverages 2018-2022

Berdasarkan teori, ukuran perusahaan terjadi penurunan pada tahun 2022 pada perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. sebesar Rp 18.381.924,94. Hal ini menunjukkan perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai sisi pemilik perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami sejauh mana faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam sektor *food and beverages*. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan:

Rasio Profitabilitas: Rasio mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas sebagai salah satu alat keputusan investasi para pemegang saham dan manajemen perusahaan.

Rasio Leverage (Manajemen Utang): Rasio mengukur sejauh mana perusahaan mendanai usahanya dengan membandingkan antara dana sendiri yang telah disetorkan dengan jumlah pinjaman kepada kreditur. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki risiko kecil apabila kondisi perekonomian menurun, tetapi sebaliknya apabila kondisi perekonomian sedang naik perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan relatif besar. Keputusan dengan pengguna leverage harus dipertimbangkan dengan saksama antara kemungkinan risiko dengan tingkat keuntungan yang akan diperoleh.

Rasio Likuiditas: Rasio likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dengan aset lancar. Perusahaan dapat dikatakan likuid apabila perusahaan mampu melunasi utangnya ketika utang tersebut telah jatuh tempo. Semakin perusahaan likuid, maka perusahaan tersebut mampu membayar kewajibannya sehingga investor tertarik untuk membeli saham dan harga saham akan bergerak naik. Dengan demikian nilai perusahaan akan meningkat.

Rasio Manajemen Aset: Rasio mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola asetnya. Rasio ini menggambarkan jumlah aset terlihat wajar, terlalu tinggi dan terlalu rendah jika dilihat dari sisi penjualan. Jika perusahaan memiliki terlalu banyak aset maka biaya modalnya terlalu tinggi dan labanya akan tertekan. Di lain pihak jika aset terlalu rendah maka penjualan yang menguntungkan akan menghilang.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diungkapkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Food And Beverages* Di BEI Periode (2018-2022)"**

B. Identifikasi Masalah

1. Pengaruh variabel-variabel yang disebutkan (profitabilitas, leverage, likuiditas dan ukuran perusahaan) terhadap nilai perusahaan berlaku secara umum atau spesifik untuk industri *Food and Beverage*.
2. Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
3. Investor akan melihat profitabilitas sebagai indikator yang menentukan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan laba yang diperolehnya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka batasan masalahnya yaitu:

1. Penelitian ini akan terbatas pada periode 2018 hingga 2022. Ini berarti hanya data-data yang tersedia dalam rentang waktu tersebut yang akan dimasukkan ke dalam analisis.
2. Penelitian ini akan fokus pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam sektor Food and Beverage. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan di sektor lain akan dikecualikan dalam analisis.
3. Variabel-variabel yang akan dipelajari dalam hubungan dengan nilai perusahaan. Variabel-variabel lain yang mungkin dapat berpengaruh pada nilai perusahaan mungkin tidak diperhitungkan dalam analisis ini.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode 2018-2022?
2. Bagaimana pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode 2018-2022?
3. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode 2018-2022?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode 2018-2022?
5. Bagaimana pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode 2018-2022?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh data empiris tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode
   2018-2022.
2. Untuk memperoleh data empiris tentang pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode
   2018-2022.
3. Untuk memperoleh data empiris tentang pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode
   2018-2022.

4. Untuk memperoleh data empiris tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode 2018-2022.
5. Untuk memperoleh data empiris tentang pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di BEI periode 2018-2022.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi ilmu ekonomi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bahan pengembangan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi perusahaan, penelitian ini berguna sebagai masukan untuk pihak yang berkepentingan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
   b. Bagi investor, memberikan masukan dalam menilai dan mengevaluasi ketika akan melakukan penanaman modal.
   c. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai nilai perusahaan dan faktor yang mempengaruhinya.

G. Penjelasan Judul

Nilai Perusahaan : Nilai perusahaan adalah sebuah gambaran investor yang terdapat pada perusahaan-perusahaan yang selalu berkaitan dengan harga saham (*price earning*).

Profitabilitas : Kemampuan suatu perusahaan-perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam suatu periode tertentu, serta menjadi alat ukur efektivitas operasional keseluruhan perusahaan.

Leverage : Rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang.

Likuiditas : Suatu kemampuan perusahaan didalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek yang dimiliki.

Ukuran Perusahaan : Peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi.

H. Landasan Teori

1. Agency Theory

Teori keagenan dalam perusahaan mengidentifikasikan adanya pihak–pihak dalam perusahaan yang memiliki berbagai kepentingan untuk mencapai tujuan dalam kegiatan perusahaan. Teori ini muncul karena adanya hubungan antara prinsipal dan agen. Teori agensi mengasummsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedang para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat–syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Perbedaan tujuan dan preferensi risiko antara agen dan principal tidak memiliki informasi yang mencukupi mengenai kinerja agen, principal tidak pernah dapat merasa pasti bagaimana usaha agen memberikan kontribusi pada hasil aktual perusahaan. Situasi yang demikian disebut dengan asimetri informasi. Teori Agensi pertama kali dicetuskan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Jensen dan Meckling (1976) dalam Wardhani (2008) menyatakan bahwa *agency theory* merupakan ketidaksamaan kepentingan antara principal dan agent. Prinsip utama teori ini adalah pernyataan adanya hubungan kinerja antara pihak yang memberi wewenang (*principal*) yaitu pemilik

(pemegang saham), kreditor, serta investor dengan pihak yang menerima wewenang (*agent*) yaitu manajemen perusahaan.

Dalam teori agensi, dijelaskan bahwa masalah antara principal dan agent timbul karena adanya informasi yang asimetris (*information asymetry*). Informasi asimetri adalah keadaan dimana informasi yang diberikan kepada principal berbeda dengan yang diberikan kepada agent. Sehingga manajemen perusahaan lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan investor dan kreditor lainnya. Disamping itu, informasi yang asimetris dapat menyebabkan principal sulit untuk mengamati kinerja agent. Dengan demikian dapat membuka peluang manajemen perusahaan melakukan tidakan yang oportunistik. Tindakan yang oportunistik (*opportunistic behaviour*) adalah tindakan yang tujuannya mementingkan kepentingan diri sendiri. Asimetri informasi merupakan informasi yang tidak seimbang dimana disebabkan adanya distribusi informasi yang tidak sama antara *principal* dan *agent* yang berakibat pada timbulnya dua permasalahan yang disebabkan adanya kesulitan *principal* untuk memonitor dan melakukan kontrol terhadap tindakan-tindakan *agent* (Emirzon, 2007). Teori keagenan menekankan pada pentingnya pendelegasian wewenang dari *principal* kepada *agent,* dimana *agent* mempunyai kewajiban untuk mengelola perusahaan sesuai dengan kepentingan *principal.*

Dengan adanya pendelegasian wewenang dari *principal* kepada *agent,* maka berarti bahwa *agent* yang mempunyai kekuasaan dan pemegang kendali suatu perusahaan dalam kelangsungan hidupnya, karena itulah *agent* dituntut agar bisa selalu transparan dalam kegiatan pengelolaannya atas suatu

perusahaan. Untuk itu, melalui laporan keuangan *agent* dapat menunjukkan salah satu bentuk pertanggungjawabannya atas kinerja yang telah dilakukannya terhadap perusahaan (Wahyuningtyas, 2010).

Menurut Purwandari dan Purwanto (2012), dalam kerangka teori keagenan, terdapat tiga macam hubungan keagenan, yaitu 1) hubungan keagenan antara manajer dengan pemilik, 2) hubungan keagenan antara manajer dengan kreditur dan 3) hubungan keagenan antara manajer dengan pemerintah. Hal ini berarti ada kecenderungan bagi manajer untuk melaporkan sesuatu dengan cara-cara tertentu dalam rangka memaksimalkan utilitas mereka dalam hal hubungannya dengan pemilik, kreditur maupun pemerintah. Kelengkapan pengungkapan informasi harus se-transparan mungkin sebagaimana yang dikehendaki dalam kontrak keagenan. Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan antara agen dan prinsipal. Akibat dari munculnya mekanisme pengawasan tersebut menyebabkan timbulnya suatu *cost* yang disebut dengan *agency cost*, yang meliputi *monitoring costs, bonding costs, and residual losses*.

Monitoring costs yaitu biaya yang timbul dan ditanggung prinsipal untuk mengawasi perilaku agen. *Bonding costs* adalah biaya yang ditanggung oleh agen menempatkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa agen akan bertindak untuk kepentingan prinsipal. *Residual loss* adalah nilai kerugian yang dialami prinsipal akibat keputusan yang diambil oleh agen yang menyimpang dari keputusan yang dibuat oleh prinsipal. Hubungannya teori keagenan dengan nilai perusahaan yaitu karena dalam hubungan keagenan muncul konflik kepentingan

antara *agent and principal*. Maka kualitas audit sangat dibutuhkan dalam menjaga kekayaan perusahaan sehingga nilai perusahaan juga akan menjadi baik.

Dapat disimpulkan bahwa teori keagenan merupakan pemisahan antara kepemilikan perusahaan dalam hal ini pemegang saham dan pengendalian perusahaan/pengelolaannya yang dijalankan oleh manjemen perusahaan. Teori keagenan menunjukan bahwa kondisi informasi yang tidak lengkap dan penuh ketidakpastian akan memunculkan masalah keagenan. Masalah keagenan timbul karena adanya konflik kepentingan antara prinsipal dan agen yang akan menyebabkan penurunan nilai perusahaan antara lain:

1. *Moral Hazard*, adalah permasalahan yang muncul jika agen tidak melaksanakan hal-hal yang disepakati bersama dalam kontrak kerja.
2. *Adverse Selection*, adalah suatu keadaaan dimana dalam prinsipal tidak dapat mengetahui apakah suatu keputusan yang diambil oleh agen didasarkan pada informasi yang telah diperolehnya.

Untuk meredam tindakan para agen yang tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal memiliki dua cara sebagai berikut:

1. Mengawasi perilaku agen dengan kepentingan terbaik prinsipal.
2. Menyediakan intensif kepegawaian yang menarik kepada agen dan mengadakan struktur reward yang dapat membujuk para agen untuk bertindak sesuai dengan kepentingan terbaik.

Agen secara moral bertanggung jawab mengoptimalkan keuntungan para prinsipal. Namun disisi kepentingan pribadi, agen juga mempunyai kepentingan memaksimumkan kesejahteraan mereka, sehingga jika pihak manajemen mempunyai lebih banyak informasi mengenai prospek perusahaan, sedangkan pihak pemilik cenderung lebih sedikit mempunyai informasi mengenai suatu prospek perusahaan maka akan terjadi *assimetric information*.

Pihak manajemen dan pihak pemilik memiliki kepentingan yang berbeda sehingga diasumsikan bahwa agen cenderung tidak terbuka kepada prinsipal. Baik pemilik maupun agen diasumsikan mempunyai rasionalisasi ekonomi dan semata-mata mementingkan kepentingan sendiri. Agen mungkin akan takut mengungkapkan informasi yang tidak diharapkan oleh pemilik, sehingga terdapat kecenderungan untuk memanipulasikan laporan keuangan tersebut.

Cara menanggulangi konflik keagenan menurut para ahli sebagai berikut:

a. Meningkatkan Kepemilikan Manajerial

Menurut Hansen dan Crutchley (1989), kepemilikan manajerial yang tinggi menyebabkan *mal-diversification*, yaitu manajer melakukan investasi secara berlebihan pada satu perusahaan tanpa melakukan diversifikasi pada kesempatan investasi lain.

Dengan *mal-diversification*, kekayaan pribadi manajer berkurang dan menanggung risiko tinggi. Untuk mengimbangi tingkat risiko manajer menuntut kompensasi tinggi sehingga meningkatkan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam mengontrol masalah keagenan.

b. Kepemilikan Institusional Sebagai Agen Pengawas (*monitoring agents*)

Menurut Easterbrook (1984), dividen akan membantu menurunkan biaya keagenan. Argumentasi yang dikemukakannya bahwa pemegang saham akan menuntut pembayaran dividen sebagai tanggung jawab manajer sebagai pengelola perusahaan. Pembayaran dividen akan memacu manajer untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan dana perusahaan.

Manajer akan berusaha lebih memperhatikan kepentingan pemegang saham dan mengurangi kebijakan yang menguntungkan dirinya sendiri. Dengan pembayaran dividen, pemegang saham merasa bahwa manajer telah melakukan tindakan sesuai dengan keinginan mereka, dan ini akan mengurangi konflik keagenan.[3]

Penurunan nilai perusahaan akan mempengaruhi kekayaan dari pemegang saham sehingga pemegang saham akan melakukan tindakan pengawasan terhadap perilaku manajemen. *Agency cost* yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menurunkan *agency cost* yaitu dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajer sehingga manajer dapat merasakan manfaat secara langsung dari keputusan yang diambil.

Penelitian ini membuktikan bahwa konflik keagenan antara pemegang saham dengan manajer dapat diminimalkan dengan meningkatkan kepemilikan manajerial, karena dengan kepemilikan manajerial yang tinggi manajer cenderung menggunakan utang untuk membiayai kebutuhan keuangan perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh secara positif dan

[3]Jensen, 1986. Agency Cost of Free Cash Flow, Information Finance and takeovers. American Economics Review, vol. 76, hal. 323

signifikan. Semakin tinggi kepemilikan manajerial, maka semakin meningkatkan utang. Kepemilikan manajerial menggunakan utang untuk mengurangi kepemilikan eksternal dan pihak insider mempertahankan efektivitas kontrol terhadap perusahaan, serta menggunakan sebagai signal positif atas kinerja perusahaan.

Sedangkan Kepemilikan manajerial memiliki hubungan negatif, tetapi tidak signifikan terhadap kebijakan dividen. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen perusahaan, hal ini disebabkan manajer sekaligus sebagai pemilik memilih tidak menuntut dividen namun kompensasi lain berupa gaji dan bonus atau insentif jangka panjang lainnya dibandingkan dengan dividen.

2. Signalling Theory

Signalling theory menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Menurut Hartono (2010: 392), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. asumsi utama dalam teori kandungan informasi atau teori sinyal adalah bahwa manajemen mempunyai informasi yang

akurat tentang nilai perusahaan yang tidak diketahui oleh investor luar, dan manajemen adalah orang yang selalu berusaha memaksimalkan insentif yang diharapkannya. Artinya, manajemen umumnya mempunyai informasi yang lebih lengkap dan akurat dibanding pihak luar perusahaan (investor) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Apabila manajemen tidak secara penuh menyampaikan semua informasi yang dimilikinya tentang semua hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ke pasar modal, maka akan terjadi informasi asimetris (Hartono, 2010). Penandaan (*signalling*) dapat digunakan untuk mengatasi informasi *asimetris*.

Maksudnya bahwa pemberian suatu informasi ke pasar, secara umum dapat direspon oleh pasar sebagai suatu sinyal atau tanda terhadap adanya event-event tertentu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang tercermin dari perubahan harga atau *return* saham, tentunya dengan asumsi bahwa *pasar modal efisien*. Sehingga dengan pemberian sinyal tersebut informasi *asimetris* dapat diatasi (Hartono, 2010). Informasi laporan keuangan yang tercermin dalam neraca dan laporan rugi laba dimanfaatkan investor untuk menilai apakah perusahaan memiliki sumber daya yang baik dan menjaga efektifitas perusahaan dalam aktivitas operasionalnya, yang mana hal ini akan diiringi oleh kenaikan penjualan saham dan kemampuan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Hal ini dikarenakan para investor melihat kinerja perusahaan tersebut baik sehingga mereka banyak yang berminat atas saham perusahaan tersebut (Hartono, 2010). Teori *signalling* mengatakan bahwa ketika perusahaan mempunyai nilai perusahaan yang baik maka dimungkinkan mempunyai kemampuan yang baik dalam melunasi kewajiban finansialnya yaitu membayar dividen,

bunga dan pokok pinjaman serta dapat memelihara kemampuan operasi perusahaan dengan baik maka itu merupakan suatu sinyal bahwa perusahaan mempunyai kinerjaperusahaan yang baik dan ini dapat dilihat dari aktiva dan laporan rugi laba yang dimilikinya. Maka dari itu, ketika aktiva dan keuntungan suatu perusahaan naik maka ini menggambarkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kemajuan dan ini merupakan *good news.*

Sinyal *good news* adalah kinerja perusahaan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Teori sinyal merupakan perilaku manajemen perusahaan dalam memberikan informasi atau petunjuk kepada pihak investor terkait dengan pandangan manajemen tentang prospek perusahaan untuk kedepannya. Peningkatan perfoma rasio-rasio keuangan perusahaan diharapkan dapat menjadi sinyal bagi para investor dalam menentukan keputusan investasi, sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap fluktuasi harga saham perusahaan.

Jika sinyalnya baik, maka jumlah perdagangan saham perusahaan akan meningkat. Sebaliknya, apabila sinyal yang didapatkan buruk maka jumlah perdagangan saham perusahaan menurun. Dalam teori ini pihak manajemen perusahaan (pihak internal) memberikan sinyal berbentuk laporan keuangan bagi para investor (pihak eksternal). Signalling theory perusahaan yang memiliki kualitas lebih baik akan dengan sengaja memberikan sinyal pada pasar. Hal ini bertujuan agar pasar bisa membedakan perusahaan dengan kualitas baik dan buruk.

3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Pengeluaran investasi memberikan sinyal positif dari investasi kepada manajer tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Brealey et al, 2007:46).

Nilai perusahaan dapat terlihat dari nilai pasar saham pada saat diperdagangkan di pasar modal. Tinggi rendahnya harga saham akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan. Saat harga saham naik, nilai perusahaan ikut meningkat. Sebaliknya, saat harga saham turun nilai perusahaan ikut menurun. Oleh karena itu untuk memaksimumkan nilai kekayaan pemegang saham perusahaan juga perlu memaksimumkan harga saham di pasar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi naik turunnya harga saham antara lain:

a. Kondisi fundamental emiten
b. Hukum permintaan dan penawaran
c. Tingkat suku bunga
d. Indeks harga saham

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1) Price to Book Value (PBV)

Price to Book Value (PBV) yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

Price to book value yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Menurut (Brigham dan Houston, 2006:112), nilai perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{Market\ price\ per\ share}{Book\ value\ per\ share}$$

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal/murahnya suatu saham. Rasio ini

dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham.

2) *Price Earning Ratio* (PER)

Price earning ratio menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110). Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*.

Price earning ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham. Kegunaan price earning ratio adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya.

Price earning ratio menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan earning per share. *Price earning ratio* (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *Price earning ratio* (PER) adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{\textit{Market price per share}}{\textit{Earning per share}}$$

3) Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantinya:

Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Margaretha, 2014:20).

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Adapun rumus *Tobin's Q* adalah sebagai berikut:

Rumus Tobin's Q

Keterangan:

Q = nilai perusahaan EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva D = nilai buku dari total hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun *(closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun sedangkan EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

4. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, dimana rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham yang tertentu.[4] Rasio ini juga dapat digunakan untuk melihat seberapa efisien pengelola perusahaan dalam mencari keuntungan untuk perusahaan. Profitabilitas adalah salah satu daya tarik utama bagi para investor dikarenakan profitabilitas ini mencerminkan seberapa efektifnya pengelolaan perusahaan dan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi lebih diminati oleh investor, sehingga permintaan akan saham perusahaan dapat meningkat yang berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadinar & Khuzaini, (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Menurut (Brigham dan Houston, 2010) terdapat beberapa pendekatan analisis rasio profitabilitas yaitu:

1. Margin laba atas penjualan (*profit margin on sales*), Rasio ini mengukur laba bersih penjualan dihitung dengan membagi laba dengan laba bersih dengan penjualan.

[4] Ibid, hal 26

2. Pengembalian atas total asset *(return on total asset*), Rasio laba bersih terhadap total aset

3. Rasio kemampuan dasar untuk menghasilkan laba (BEP), Rasio ini menunjukkan kemampuan asset perusahaan dalam menghasilkan laba operasi

4. Pengembalian ekuitas biasa (*return on equity*), Rasio laba bersih terhadap ekuitas biasa, mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham.

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh *return on equity* (ROE). ROE digunakan sebagai pengukuran rasio profitabilitas karena memiliki keunggulan yaitu mudah dihitung dan dipahami. ROE sebagai salah satu rasio profitabilitas merupakan indikator yang sangat penting bagi para investor. ROE dibutuhkan investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang berkaitan dengan dividen.

Pemilihan ROE sebagai proksi dari profitabilitas adalah karena dalam ROE ditunjukkan, semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba investor yang ditanam pada perusahaan. Naiknya rasio ROE dari tahun ke tahun pada perusahaan berarti terjadi adanya kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan. Naiknya laba bersih dapat dijadikan salah satu indikasi bahwa nilai perusahaan juga naik karena naiknya laba bersih sebuah perusahaan yang bersangkutan akan menyebabkan harga saham yang berarti juga kenaikan dalam nilai perusahaan (Pardosi, 2015).

5. Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan tingkat sampai sejauh mana efek dengan pendapatan tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal suatu perusahaan.[5] Leverage juga berarti untuk menghitung seberapa banyak dana yang dikeluarkan kreditur, rasio yang membandingkan total hutang terhadap total keseluruhan aset perusahaan.[6] Apabila investor melihat leverage yang tinggi maka investor akan berpikir dua kali untuk berinvestasi diperusahaan tersebut. Karena leverage adalah rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko leverage nya juga tinggi. Karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut didapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Leverage sangat penting untuk diketahui pihak eksternal karena dapat berpengaruh terhadap sikap investor pada saat ingin berinvestasi. Rasio leverage yang memberikan efek baik kepada keuangan perusahaan akan meningkatkan transaksi pembelian saham pada perusahaan tersebut. Tingginya transaksi pembelian saham pada perusahaan akan memberikan efek yang baik pada nilai perusahaan. Leverage yang besar akan berdampak pada resiko investasi yang semakin besar. Perusahaan yang mempunyai leverage yang kecil, akan memiliki resiko yang kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningdyah, (2017) perusahaan yang memiliki target rasio leverage dalam menyeimbangkan risiko

---

[5] Hanifah dan Nabila. 2020. *"Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di BEI pada Perusahaan Makanan dan Minuman.* Jakarta : BFEE.
[6] Regia Rolanta, *"Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Ukuran Perusahaan dan Kebajikan Deviden terhadap Nilai Perusahaan"*

kebangkrutan akan bekerja secara optimal untuk menyeimbangkan keuntungan dan biaya yang dihubungkan dengan hutang. Oleh karena itu, hubungan positif antara leverage terhadap nilai perusahaan.

6. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan rasio yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan maupun di dalam perusahaan.[7] Apabila rasio likuiditas meningkat, maka perusahaan mampu untuk mengatasi kewajiban jangka pendek dengan baik dan hal ini dapat dijadikan sinyal bagi pihak manajemen untuk menarik minat para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio likuiditas, menjadi tanda bahwa dengan dana yang tersedia, perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya serta membiayai operasional perusahaan maupun investasi. Hal ini mampu memberikan sinyal positif kepada pihak yang memerlukan informasi keuangan perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi maka akan dapat menjadi sinyal baik bagi perusahaan karena apabila perusahaan memiliki likuiditas tinggi dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Hal ini karena perusahaan memiliki kemampuan tinggi dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya sehingga berdampak meningkatnya nilai perusahaan. Sehingga persepsi investor terhadap perusahaan akan semakin baik. Menurut Hartini dan

[7] Ni Made Apriantini, dkk *"Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan" Jurnal Kharisma VOL. 4 No. 2, Juni 2022,* hal 193

Wahyudi (2006) menyebutkan bahwa investasi perusahaan dalam aktiva tetap adalah potensi keuntungan bagi perusahaan di masa depan, sehingga pertumbuhan perusahaan adalah hal positif yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besar tingkat pertumbuhan perusahaan maka akan semakin potensi likuiditas perusahaan di masa depan sehingga tinggi nilai perusahaan. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan perusahaan menunjukkan sinyal positif dan perkembangan yang baik dimana pertumbuhan suatu perusahaan tersebut memiliki dampak menguntungkan dan perusahaan juga mengharapkan *rate of return* dari investasi yang dilakukan.

7. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala untuk menentukan besar kecilnya suatuperusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, antara lain total aktiva, total penjualan, dan jumlah karyawan yang bekerja diperusahaan (Purwanto, 2004). Menurut Hartono (2010) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva.Perusahaan besar memiliki control yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi, yang membuat mereka menjadi kurang rentan terhadap fluktuasi ekonomi. Ukuran perusahaan (*size*) merupakan salah satu variabel yang dapat dipertimbangkan untuk dapat menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar.[8]

[8] Aida Sofiatin, Destya, *"Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur*

Menurut Badan Standarisasi Nasional ukuran perusahaan terbagi menjadi 3 macam, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Dan keputusan yang dikeluarkan oleh ketua Bapepam No.Kep.11/PM/1997 menyebutkan bahwa perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aset adalah badan hukum yang memiliki total aset tidak lebih dari seratus milyar, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang total asetnya diatas seratus milyar. Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan kepada total aset perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yakni cerminan total aset yang dimiliki perusahaan.

Semakin besar ukuran perusahaan, berarti aset yang dimiliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya semakin banyak. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan. Menurut Riyanto (2011), suatu perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil sahamnya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Maka perusahaan yang besar dimana sahamnya tersebar luas akan

lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi 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. Penelitian dari Gill dan Obradovich (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai suatu perusahaan.

I. Kajian Terdahulu

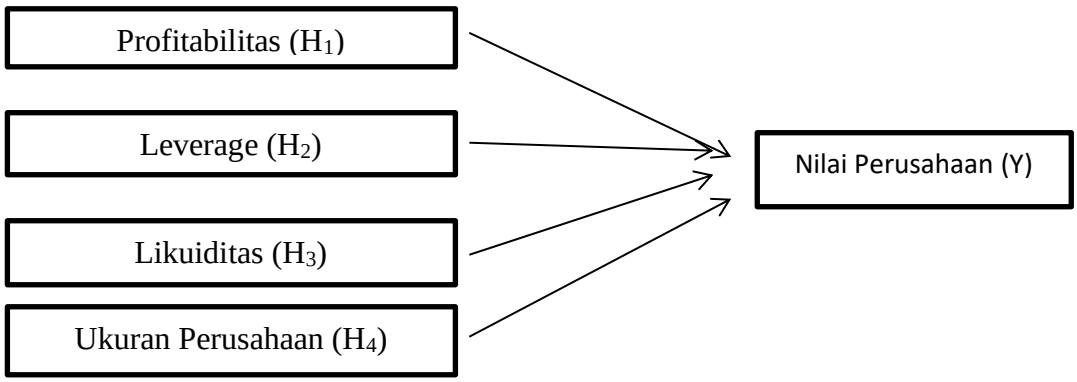
No	Nama Penulis	Judul Karya Ilmiah	Hasil Temuan
1.	Sabrina Christavera dan Jonnardi (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil dari pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel leverage memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2.	Ahmad Asyroful Haq dan Mujuyati (2020)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Berdasar paparan pembahasan dan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

		Subsector Food And Beverage Pada BEI	Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3.	Ni Gusti Ayu Agung Aistawani, dkk (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Pada BEI 2016-2020	Berdasarkan pemaparan yang telah dibuat, maka kesimpulannya adalah: Profitabilitas tidak menunjukan pengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Likuiditas menunjukan pengaruh positif serta signifikan terhadap Nilai Perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Ukuran perusahaan tidak menunjukan pengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
4.	Lely Indriaty, dkk (2024)	Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan Dan	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: Variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi sub sektor makanan dan minuman. Variabel Leverage tidak berpengaruh

		Minuman	terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi sub sektor makanan dan minuman. Variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi sub sektor makanan dan minuman. Variabel Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur barang dan konsumsi sub sektor makanan dan minuman.
5.	Muhammad Arip dan Nur Fadjrih Asyik (2023)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut: Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Leverage (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
6.	Djaja Perdana dan Stephanus Andi Adityaputra (2024)	Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi	Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas sehingga hipotesis kedua ditolak. Struktur Modal dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis ketiga dan kelima diterima Ukuran Perusahaan berpengaruh

			negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis keempat ditolak. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis keenam ditolak dan profitabilitas mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis ketujuh diterima.

J. Kerangka Pemikiran



Gambar 2: Kerangka Konseptual

Keterangan:

H_1: Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

H_2: Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

H_3: Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

H_4: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

K. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian tentang pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverages* di BEI periode 2018-2022 dalam dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1: pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Menurut penelitian Sucuahi dan Cambarihan (2014), menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan dalam mengelola manajemen yang dimiliki. Besarnya minat investor dalam membeli saham yang dimiliki perusahaan akan dapat membuat harga saham perusahaan tersebut mengalami peningkatan kemudian akan berimbas pada meningkatnya nilai perusahaan.

H_1: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap

nilai perusahaan

Hipotesis 2: pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Menurut penelitian Dewi dan Wirajaya (2013), menjelaskan bahwa sebuah perusahaan dikatakan tidak *solvable*, apabila total utang perusahaan lebih besar dari pada total modal yang dimiliki perusahaan. Perbandingan jumlah hutang yang lebih besar akan membuat nilai perusahaan juga semakin tinggi karena diakibatkan oleh adanya pengelolaan utang yang baik, namun meningkatnya jumlah utang pada titik tertentu akan dapat menurunkan nilai perusahaan akibat dari biaya yang ditimbulkan dari peminjaman utang yang lebih besar dari pada manfaat yang diperoleh dari utang tersebut.

H_2: Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 3: pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Menurut penelitian Anzlina dan Rustam (2013), menjelaskan bahwa salah satu faktor yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan

membayar kewajiban-kewajiban yang harus diselesaikan. Hal tersebut akan memberikan dampak besar pada nilai perusahaan di hadapan para investor dalam mengambil keputusan. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang baik dan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Harga saham yang meningkat akan meningkatkan nilai perusahaan. Likuiditas yang semakin tinggi akan menyebabkan nilai perusahaan menjadi semakin tinggi dan sebaliknya semakin rendah likuiditas maka nilai perusahaan akan semakin rendah.

H_3: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Hipotesis 4: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut penelitian Adria dan Liana Susanto (2020), menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dilihat dari total aset. Besar kecilnya total aset pada perusahaan akan menggambarkan ukuran perusahaan. Semakin besar total aset maka semakin besar ukuran perusahaan, maka akan banyak menarik para investor untuk menanamkan modal. Hal ini disebabkan karena yang mempunyai total aset yang besar menggambarkan perusahaan itu stabil atau baik.

H_4: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

L. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini berupa penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif.

b. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah Bursa Efek Indonesia dengan www.idx.co.id

c. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia dan diperoleh melalui web www.idx.co.id Data yang diambil dari BEI merupakan data perusahaan makanan dan minuman tahun 2018-2022.

d. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu sedangkan sampel adalah sebagian dari elemen populasi. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Populasi dan penelitian ini adalah 14 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 2.1: Populasi perusahaan food and beverages yang terdaftar BEI tahun 2018-2022

No.	Kode	Nama Saham
1.	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk.
2.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
3.	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk.
4.	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.
5.	GOOD	PT. Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk.
6.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
7.	HOKI	PT. Buyung Putra Sembada Tbk.
8.	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
9	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.
10.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.
11.	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk.
12.	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.
13.	ULTJ	PT. Ultra Milk Industry And Trading Companing
14.	ADES	PT. Akasha Wira Internasional Tbk.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik purposive sampling digunakan dalam penelitian ini, teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Metode pengambilan sampel ini menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Perusahaan food and beverages yang tidak mempublikasikan laporan keuangan berturut-turut selama periode 2018-2022.
3. Perusahaan food and beverages yang memiliki data-data yang dibutuhkan untuk pengukuran variabel selama periode 2018-2022.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat beberapa perusahaan yang memiliki kriteria penelitian tabel di bawah ini menunjukkan jumlah sampel menurut karakteristiknya.

Tabel 2.2: Karakteristik Penarikan Sampel Penelitian

No	Karakteristik	Jumlah
1.	- Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	47
2.	- Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan berturut-turut selama periode 2018-2022.	(28)
3.	- Perusahaan yang memperoleh laba negatif selama periode 2018-2022	(5)
Jumlah Sampel		14

Sumber: www.idx.co.id.2023

M. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel utama yang akan diteliti untuk diketahui apakah variabel dependen ini dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel dependen (variabel terkait) merupakan variabel yang memberikan reaksi apabila variabel tersebut dihubungkan dengan variabel bebas atau nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (Indriantoro dan Supomo, 2016).

Variabel terkait yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y) dengan menggunakan *Price Book Value* sebagai variabel pengukurannya. Menurut Pudjiastuti dan Husnan (2006), *price book value* adalah rasio yang digunakan untuk membandingkan harga saham terhadap nilai buku perusahaan. Adapun rumusnya sebagai berikut ini:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku persaham}}$$

2. Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau timbulnya perubahan variabel independen (Ferdinand, 2006). Variabel independen dalam penelitian ini antara lain:

a. Profitabilitas (H_1) dengan menggunakan *Return On Equity* sebagai variabel pengukurannya.

   Menurut Sawir (2005), *return on equity* adalah sebuah rasio yang sering dipergunakan oleh pemegang saham untuk menilai kinerja perusahaan yang bersangkutan. ROE mengukur besarnya tingkat pengembalian modal dari perusahaan. Adapun rumusnya sebagai berikut ini:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total ekuitas}}$$

b. Leverage (H_2) dengan menggunakan *Debt To Asset Ratio* sebagai variabel pengukurannya.

Menurut Fahmi (2013), *debt to asset* ratio adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Adapun rumusnya sebagai berikut ini:

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total aset}}$$

c. Likuiditas (H_3) dengan menggunakan *Current Ratio* sebagai variabel pengukurannya.

Menurut Brigham (2007), *current ratio* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek atau jatuh tempo dalam satu tahun, yang dihitung dengan membandingkan semua aset lancar dengan kewajiban lancar perusahaan. Adapun rumusnya sebagai berikut ini:

$$CR = \frac{\text{Total aset lancar}}{\text{Total hutang lancar}}$$

d. Ukuran Perusahaan (H_4) dengan menggunakan *Firm Size* sebagai variabel pengukurannya.

Menurut Mulyawan (2015), *firm size* adalah mengindikasi bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin besar tingkat utangnya. Adapun rumusnya sebagai berikut ini:

$$\text{Firm Size} = LN(\text{Total aset})$$

N. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini dengan dua cara yaitu studi pustaka dari berbagai buku, artikel, internet dan sumber lainnya yang diolah untuk mendukung penelitian. Serta dengan teknik dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan data laporan keuangan perusahaan yang dipublis pada BEI (www.idx.co.id)

O. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan untuk memberi gambaran mengenai variabel yang diteliti digunakan statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2018), statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi hasil penelitian untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi. Statistik deskriptif dalam ukuran numerik dibagi menjadi dua, yaitu pemusatan data seperti mean, media, modus, serta ukuran penyebaran data seperti rentang, variasi dan simpangan baku.

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang digunakan untuk dapat mengetahui apakah mode regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut

berdistribusi normal, maka dapat diuji dengan metode kolmogorov smirnov dan pendekatan grafik.

- Pendekatan Kolmogorov Smirnov

  Menurut Santoso (2011), uji kolmogorov smirnov adalah salah satu uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas sebuah data selain menggunakan analisis grafik. Pengambilan keputusan uji kolmogorov smirnov dikatakan data terdistribusi normal jika nilai signifikan yang diperoleh dari output SPSS kolmogorov smirnov diatas 0,05.[9]

- Pendekatan grafik

  Menurut Ghozali (2016), pendekatan grafik adalah pendekatan memiliki ukuran distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu x dan y dan apabila data tersebut menunjukkan hasil yang sebaliknya maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pendekatan grafik dengan melihat grafik normal p-p *plot of regression standart*.

b. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi diterapkan untuk memeriksa apakah pada satu periode dengan periode yang telah lewat ditemukan hubungan kesalahan pengganggu pada sebuah model regresi. Untuk melakukan uji autokorelasi bisa dijalankan dengan memakai uji durbin watson di mana dalam pengujian ini, dilakukan perbandingan nilai durbin watson hitung (d) terhadap nilai batas atas durbin watson dari tabel

[9] *Ibid*,. hal. 115

(du) dan nilai 4-du. Ketentuan pada uji autokorelasi sebagai berikut:

1. Ketika nilai durbin watson hitung (d) adalah du<d<4-du maka terbukti tidak ditemukan adanya tanda-tanda autokorelasi.
2. Ketika nilai durbin watson hitung (d) adalah du>d>4-du maka terbukti terdapat indikasi gejala autokorelasi.[10]

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji grafik plot dan uji statistik. Dalam menentukan uji heteroskedastisitas terjadi dilihat dari titik yang menyerupai seperti pola bersusun. Begitu pula sebaliknya dikatakan tidak terjadi apabila terdapat titik yang tidak menyerupai seperti pola secara bersusun, seperti titik yang terlihat bersebaran.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menyelidiki apakah model regresi diketahui adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang benar sebaiknya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Apabila variabel independen sama-sama berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

[10] Muhammad Rahmadi, dkk, Menelisik fenomena pada service company: pengaruh profitabilitas,leverage,likuiditas terhadap nilai perusahaan, *accounting global journal*, vol.5 no 2 (2021), hal 105

2. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara individu terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujian jika profitabilitas > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya secara individu variabel independen tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika profitabilitas < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya secara individu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan digunakan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji simultan dapat dilihat dengan menggunakan F hitung. Adapun kriteria pengujian, jika profitabilitas F hitung < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika profitabilitas F hitung > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Analisis ini digunakan apabila kita ingin membandingkan mean dan keragaman dari dua kelompok data dan cocok sebagai analisis dua kelompok rancangan percobaan acak. Statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji F adalah sebagai berikut:

1. Membandingkan nilai statistik F hitung dengan nilai statistik F tabel: apabila nilai statistik F hitung < nilai F tabel, maka H0 diterima, sebaliknya jika nilai F hitung > nilai F tabel, maka H0 ditolak.
2. Membandingkan hasil besarnya peluang yang melakukan kesalahan (tingkat signifikan) yang muncul ditentukan sebesar 5% atau 0,5 pada outputnya untuk mengambil keputusan menerima atau menolak hipotesis. Apabila signifikan > 0,05 maka keputusan adalah H0 dan menolak Ha. Sedangkan apabila signifikan < 0,05 maka keputusan adalah Ha dan menolak H0.

DAFTAR PUSTAKA

Adeliana Nabila Barnade, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage Di BEI Periode (2014-2018)", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 9, Nomor 6, Juni 2020

Ahmad Asyroful Haq, Mujiyati, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Subsector Food And Beverage pada BEI",Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology Magelang, 8 Juni 2022 e-ISSN: 2828-0725

Aida Sofiatin, Destya, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI 2014-2018)", Jurnal Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi) Vol.01 No.01 Tahun 2020

Hamas Sekar Mega Palestina "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Subsector Food And Beverage Pada BEI", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 9, Nomor 3, Maret 2020

Hanifah, Nabila. 2020. Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di BEI pada Perusahaan Makanan dan Minuman. Jakarta: BFEE

Jensen,1986. *Agency Cost of Free Cash Flow*, *Information Finance and takeovers*. *American Economics Review*, vol. 76, hal. 323

Ni Made Apriantini, dkk, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan"Jurnal Kharisma Vol.4 No.2, Juni 2022

Prawesti Ningrum, Endah. 2022. Nilai Perusahaan (Konsep dan Aplikasi). Indramayu: Penerbit dab

Regia Rolanta, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM) Vol.16, No.2, November 2020 ISSN, hal 590216-7832

Tarwiyah, dkk "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus: Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)", Jurnal Ilmiah Core IT Vol. 10 No. 5 e-ISSN: 2548-3528 p-ISSN: 2339-1766IJCC