

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Perkebunan dan Tanaman Pangan yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022)

Merlin Gowanti, Wahyu Meiranto¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The objective of this research is to examine the effect of profitability, leverage, and firm size on firm value.

The independent variables that used in this research are profitability, leverage, and company size while the dependent variable is firm value. The population in this study consists of plantation and food crop companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2018-2022 period. The sample was determined by purposive sampling method with sample results of 95 company financial reports. Hypothesis testing in this research uses multiple regression analysis.

The results of this study indicate that the variable profitability and firm size have a positive and significant effect on firm value. Meanwhile, the leverage variable has a negative effect on firm value.

Keywords: company size, firm value, leverage, profitability

PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan dengan maksud mencapai tujuan tertentu dengan mengoptimalkan penggunaan sumberdaya yang dimilikinya. Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan memerlukan modal yang salah satu sumber pendanaanya diberikan oleh para investor. Maka dari itu, perusahaan selalu berupaya untuk menunjukkan nilai perusahaan yang baik agar mendapat kepercayaan dari investor untuk menanamkan modalnya. Jika investor dan kreditur menanamkan modal, kepercayaan perusahaan meningkat karena nilainya yang tinggi, yang berarti peluang mereka lebih besar untuk mengembalikan investasi mereka. Sebaliknya, investor dan kreditur tidak yakin jika perusahaan memiliki nilai yang rendah (Abbas et al., 2021).

Memaksimalkan kesejahteraan pemilik modal adalah tujuan utama dari perusahaan untuk meningkatkan nilainya (Kurniasih dan Ruzikna, 2017). Nilai perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memengaruhi pandangan investor tentang perusahaan, yang menjadikannya penting. Untuk investor, pertumbuhan nilai perusahaan yang terus meningkat adalah pandangan yang bagus saat memilih perusahaan. Jika seorang investor memandang positif terhadap perusahaan, minatnya dalam melakukan investasi akan meningkat. Namun, perusahaan kadang-kadang tidak berhasil meningkatkan nilainya. Ketika pihak lain dipercayakan investor saham untuk mengelola perusahaan, mereka berharap manajemen perusahaan berusaha dengan maksimal dalam menaikkan nilai perusahaan, sehingga akan berdampak positif pada tingkat keuntungan bagi para investor saham. Investor saham membayar kompensasi kepada jasa profesional manajemen dengan harapan

¹ Corresponding author

bahwa manajemen akan mengutamakan kepentingan pemegang saham, yakni keuntungan mereka sendiri. Peningkatan nilai perusahaan adalah salah satu usaha manajemen menuju tercapainya tujuan tersebut.

Nilai suatu perusahaan bergantung pada nilai profitabilitasnya yang mencerminkan seberapa baik sebuah perusahaan mampu menghasilkan keuntungan. Hal ini dapat dilihat melalui pengelolaan aset, ekuitas, total aset, dan penjualan. Profitabilitas perusahaan yang tinggi menandakan bahwa manajemen perusahaan beroperasi dengan efisien. Pemanfaatan fasilitas perusahaan dalam meraih keuntungan mengarah pada peningkatan nilai perusahaan dan pengoptimalan aset pemegang saham (Utomo & Christy, 2017). Beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Sakdiah (2019) serta Maria dan Ignatius (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas memberi pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Leverage merupakan indikator yang bisa memengaruhi nilai suatu perusahaan. Nilai *leverage* memperlihatkan seberapa jauh utang membiayai aset perusahaan dibandingkan dengan ekuitasnya. Tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki masalah keuangan, yaitu jumlah utangnya melebihi total asetnya. Jika investor tidak mengamati perusahaan yang memiliki kepemilikan aset dengan signifikan maka akan memicu tingginya risiko *leverage*, para penanam modal akan berpikir kembali untuk melakukan investasi. Hal ini dikarenakan adanya kekhawatiran bahwa aset yang signifikan tersebut diperoleh melalui utang dan ketika perusahaan tidak dapat membayar utang tepat waktu maka akan menaikkan risiko investasi (Ernawati dan Widyawati, 2015). Beberapa studi menyatakan bahwa *leverage* bisa meningkatkan nilai suatu perusahaan (Sri *et al.*, 2013).

Ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan berukuran besar lebih mudah mendapatkan dana baik dari internal maupun eksternal. Menurut Sakdiah (2019), ukuran perusahaan memiliki korelasi negatif dengan nilai perusahaan. Menurut Ross L. Watts dan Jerold L. Z. (1990), perusahaan skala besar lebih tertarik pada proses atau metode yang dapat memperlambat pelaporan keuntungan jika perusahaan mudah dipengaruhi oleh keberagaman ukuran perusahaan. Dibanding perusahaan-perusahaan berukuran kecil, perusahaan-perusahaan besar lebih sensitif dan banyak menghabiskan uang. Hasil penelitian Setiawati dan Lim (2018) melaporkan bahwa nilai suatu perusahaan bergantung pada ukuran perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan dapat mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan, dan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Sinyal yang dimaksud adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori sinyal membantu menjelaskan bagaimana manajemen dan nilai perusahaan berhubungan. Brigham dan Houston (2019: 33) mengatakan bahwa teori sinyal mengacu pada keputusan manajemen perusahaan untuk melakukan terdapat beberapa faktor yang menggambarkan pandangan manajemen perusahaan terhadap prospeknya, yang menjadi referensi bagi investor. Dengan sinyal ini, manajemen dapat memberikan investor yang ingin menginvestasikan modal pada perusahaan berdasar informasi tentang kinerja perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menunjuk pada kapasitas perusahaan dalam memperoleh profit berkenaan dengan aset, pendapatan, atau modal yang dimilikinya (Khumairoh, dkk., 2016). Tingginya tingkat profitabilitas menunjukkan prospek yang positif bagi perusahaan, sehingga penanam modal akan menanggapi profitabilitas yang tinggi sebagai sinyal positif dan meningkatkan nilai perusahaan. Kemakmuran para pemegang saham bergantung pada pengambilan keputusan investasi yang pintar dan pelaksanaan kegiatan bisnis yang menghasilkan keuntungan, menurut Brealey dkk. (2013) dalam (Setiawati & Lim, 2015).

Kemungkinan perusahaan untuk membagi dividen meningkat seiring dengan tingkat profitabilitasnya. Dengan demikian, potensial ini cenderung membuat calon penanam modal tertarik dalam berinvestasi di emiten tersebut, yang pada gilirannya dapat memberi pengaruh positif pada peningkatan nilai suatu perusahaan. Asumsi ini didukung oleh studi yang dilakukan Sakdiah (2019), Martha (2018), Maria dan Ignatius (2020), dan Indrayani (2022), profitabilitas berdampak positif pada nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas memberi pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merujuk pada perbandingan yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi semua kewajibannya (Kasmir, 2017). Di sisi lain, Fahmi (2013:127) menyatakan *leverage* ialah rasio yang dipakai untuk mengevaluasi seberapa banyak porsi pendanaan perusahaan yang berasal dari utang. Perusahaan akan tergolong kategori utang ekstrim ketika mereka memiliki proporsi utang yang tinggi dan mengalami kesulitan dalam proses pelunasan utang tersebut. Oleh sebab itu, perusahaan perlu atau wajib menyeimbangkan seberapa banyak utang yang dapat dipinjam dan mempertimbangkan dari mana sumber pendapatan mereka akan digunakan untuk membayar utang tersebut.

Ketika perusahaan menggunakan *leverage* yang lebih besar atau mendanainya dengan utang yang lebih besar, perusahaan menjadi lebih sulit untuk mendapatkan lebih banyak pinjaman karena mereka takut tidak dapat melunasi utang dengan aktiva yang dimilikinya. Akibatnya, rasio utang perusahaan menjadi lebih besar, dan laba yang diperoleh perusahaan dimanfaatkan untuk melunasi kewajiban, sehingga dividen yang diperoleh pemegang saham tidak bersifat substansial. Dengan begitu, nilai perusahaan menurun. Studi yang dilakukan oleh Maria dan Ignatius (2020) menemukan bahwa *leverage* secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H2: *Leverage* memberi pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

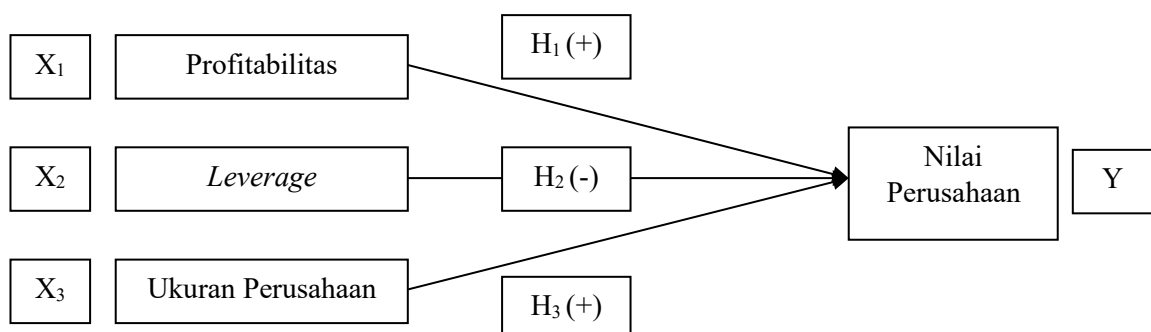
Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan memiliki potensi untuk memengaruhi nilai sebuah perusahaan karena ukuran perusahaan bisa menentukan seberapa kecil besarnya perusahaan berdasarkan berbagai faktor, di antaranya nilai pasar saham, ukuran log, total aset, dan sebagainya. Sebab itu, semakin besar atau luas perusahaan, mempermudah untuk mendapatkan dana (Prasetyorini, 2013).

Perusahaan yang besar dan berkembang dapat menunjukkan bahwa peluang untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang akan semakin besar dan juga dapat menunjukkan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya secara konsisten. Akibatnya, pasar mungkin akan cenderung bersedia membayar premi lebih tinggi untuk mengakuisisi sahamnya, didorong oleh keyakinan bahwa mereka akan mengalami hasil positif dari investasi yang ditanamkan, dengan demikian nilai perusahaan menjadi lebih tinggi. (Maryam, 2012). Studi seperti yang dilakukan oleh Sakdiah (2019), Firdaus (2019), dan Maria dan Ignatius (2020) ukuran perusahaan memberi dampak positif pada penilaian nilai suatu perusahaan.

H3: Ukuran Perusahaan memberi pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengamati empat variabel yang mencakup satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV). Variabel independen dalam kajian ini mencakup profitabilitas dengan proksi *Return on Equity* (ROE), *leverage* dengan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER), serta log total aset (SIZE) yang memproksikan ukuran perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini ialah perusahaan pada sektor perkebunan dan tanaman pangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2018-2022. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan parameter yang menjadi dasar dalam pemilihan sampel sebagai berikut.

1. Perusahaan di sektor perkebunan dan tanaman pangan yang terdapat di pasar saham Indonesia pada tahun 2018-2022.
2. Perusahaan di sektor perkebunan dan tanaman pangan yang menerbitkan laporan finansial tahunan pada setiap tanggal 31 Desember dari 2018 hingga 2022.
3. Perusahaan di sektor perkebunan dan tanaman pangan yang menerbitkan laporan finansial yang mencakup variabel penelitian dalam jangka waktu penelitian 2018-2022.

Metode Analisis

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk memahami dampak variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dengan kolektif ataupun individual. Penelitian ini menggunakan persamaan regresi yang dirumuskan seperti yang dinyatakan di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

X1: Profitabilitas

X2 : *Leverage*

X3: Ukuran Perusahaan

e : Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan memenuhi kriteria-kriteria tertentu dan diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 2. Data Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan di sektor perkebunan dan tanaman pangan yang terdapat di pasar saham Indonesia pada tahun 2018-2022	117
Perusahaan di sektor perkebunan dan tanaman pangan yang tidak menerbitkan laporan finansial tahunan pada setiap tanggal 31 Desember dari 2018 hingga 2022	(11)
Perusahaan di sektor perkebunan dan tanaman pangan yang tidak menerbitkan laporan finansial yang mencakup variabel penelitian dalam jangka waktu penelitian 2018-2022	(11)
Jumlah Sampel yang digunakan	95

Analisis Statistik Deskriptif

Analisa statistik deskriptif setiap variabel penelitian yakni nilai perusahaan, profitabilitas, *leverage*, serta ukuran perusahaan mencakup nilai *minimum*, *maximum*, *mean*, *median*, dan *standart deviation*.

Tabel 3. Uji Statistik Deskriptif

	Jumlah Data	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
Variabel Dependen						
PBV	95	0,2802	4,6539	1,474733	1,168700	1,0329166
Variabel Independen						
ROE	95	-0,7204	0,5177	0,024045	0,048200	0,1942810
DER	95	0,0004	7,9454	1,298659	1,167900	1,1858878
SIZE	95	25,2312	31,3829	29,1680	29,400500	1,5337
Valid N (listwise)	95					

Sumber: *Output SPSS 22*, data sekunder diolah 2023

Penjabaran untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Rerata Nilai Perusahaan (PBV) yang menjadi sampel penelitian adalah 1,474733 dan besar nilai median adalah 1,168700. Simpangan baku yaitu 1,0329166 ada di bawah rerata, menandakan bahwa penyebaran data merata sehingga perbedaan antar data cukup kecil. Hal ini menandakan bahwa nilai perusahaan antar perusahaan dalam sektor perkebunan dan tanaman pangan di wilayah Indonesia memiliki perbedaan yang cukup satu sama lain. Nilai terendah nilai perusahaan ialah 0,2802 yang dimiliki oleh PT. Gozco Plantations Tbk. dan nilai tertinggi nilai suatu perusahaan ialah senilai 4,6539 yang dipunyai oleh PT. Mahkota Group Tbk.
2. Rerata Profitabilitas (ROE) perusahaan sebagai sampel penelitian ialah 0,024045 dan besar nilai median ialah 0,048200. Simpangan baku yaitu 0,1942810 yang mempunyai nilai di atas rerata dan menunjukkan bahwa data bervariasi (menyebar) sehingga perbedaan data lumayan besar. Hal ini disebabkan oleh kemampuan antar perusahaan dalam menciptakan profitabilitas masih memiliki kesenjangan satu sama lain. Nilai terendah profitabilitas adalah -0,7204 yang dipunyai oleh PT. Jaya Agra Wattie Tbk. dan nilai tertinggi profitabilitas adalah 0,5177 yang dipunyai oleh PT. Provident Agro Tbk.
3. Rerata *Leverage* (DER) yang menjadi sampel penelitian adalah 1,298659 dan besar nilai median adalah 1,167900. Simpangan baku yaitu 1,1858878 ada di bawah rerata yang menandakan bahwa data kurang bervariasi (tidak menyebar) sehingga data mendekati nilai rata-rata. Hal ini mengindikasikan kalau penggunaan *leverage* guna mendanai kegiatan emiten yang ada di sektor perkebunan dan tanaman pangan Indonesia relatif tidak berbeda jauh. Nilai terendah *leverage* adalah 0,0004 yang dipunyai oleh PT. Provident Agro Tbk. dan nilai tertinggi adalah 7,9454 yang dipunyai oleh PT. Jaya Agra Wattie Tbk.
4. Rerata Ukuran Perusahaan (SIZE) yang menjadi sampel penelitian adalah 29,1680 dan besar nilai median adalah 29,400500. Simpangan baku yaitu 1,5337 ada di bawah rerata yang menandakan bahwa data kurang bervariasi sehingga perbedaan antar data lumayan kecil. Hal ini dapat disebabkan oleh pertumbuhan dan perkembangan antar perusahaan yang berbeda-beda. Nilai terendah adalah 25,2312 yang dimiliki oleh PT. Wahana Pronatural Tbk. dan nilai tertinggi adalah 31,3829 yang dimiliki oleh PT. Smart Tbk.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R ²	Adj. R ²	Std. Error of the Estimate
1	0,689 ^a	0,475	0,458	0,7604460

Sumber: Output SPSS 22, data sekunder diolah 2023

Tabel 5. Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	47,667	3	15,889	27,476	0,000 ^a
Residual	52,623	91	0,578		
Total	100,290	94			

Sumber: Output SPSS 22, data sekunder diolah 2023

Tabel 6. Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,781	1,596		-1,742	0,085
ROE	2,627	0,430	0,494	6,107	0,000
DER	-0,228	0,067	-0,262	-3,428	0,001
SIZE	0,154	0,054	0,228	2,824	0,006

Sumber: Output SPSS 22, data sekunder diolah 2023

Interpretasi Hasil

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang diuji, variabel profitabilitas memiliki koefisien senilai 2,627 dan memiliki signifikansi senilai 0,000. Informasi tersebut menandakan adanya kenaikan dalam tingkat profitabilitas yang dicapai suatu perusahaan membuat nilai perusahaan tersebut mengalami peningkatan. Oleh karena itu, dari hasil uji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dapat disarikan adanya korelasi positif yang signifikan di antara variabel profitabilitas dan nilai suatu perusahaan. Dengan demikian, hasil pengujian tersebut hipotesis **H1 dapat diterima**.

Kesesuaian hasil yang positif variabel profitabilitas dengan nilai perusahaan mencocokkan keselarasan prinsip teori sinyal yang menegaskan bahwa profitabilitas memiliki kapasitas untuk memberikan sinyal kepada investor untuk menggelar investasi. Hal ini dipertegas oleh pandangan Sujoko dan Soebiantoro (2007) yang mengatakan bahwa tingginya tingkat profitabilitas menggambarkan harapan yang baik bagi perusahaan, sehingga penanam modal menanggapi dengan positif sinyal yang diberikan, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan. Saat profitabilitas suatu perusahaan berhasil memperoleh nilai yang tinggi, maka kreditur, pemasok, dan investor memperoleh petunjuk untuk menilai kinerja perusahaan yang unggul. Mereka memiliki harapan akan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dari penjualan dan investasi yang mereka lakukan dalam perusahaan. Studi ini menunjang hasil penelitian Sakdiah (2019), Maria dan Ignatius (2020), Indrayani (2022) yang menghasilkan penelitian bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data menemukan bahwa variabel *leverage* memiliki koefisien senilai -0,228, yang memiliki signifikansi senilai 0,001. Temuan ini memberi indikasi bahwa semakin rendah penggunaan *leverage* oleh perusahaan, semakin cenderung meningkatnya nilai perusahaan. Oleh karena itu, hasil uji nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh variabel *leverage* menandakan adanya hubungan negatif antara variabel *leverage* dan nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis **H2 diterima**.

Korelasi yang menunjukkan hubungan negatif antara *leverage* dan nilai perusahaan selaras pada prinsip teori sinyal, yang mengatakan bahwa penggunaan *leverage* yang rendah memberi sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi. perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi memberi indikasi bahwa perusahaan bertaruh pada utang besar untuk mendanai operasionalnya. Ini membawa risiko bagi perusahaan dalam hal pembayaran utang dengan aset yang dimiliki. Sebaliknya, rendahnya tingkat *leverage* memberi sinyal positif untuk perusahaan kepada investor dan pihak-pihak terkait lainnya. Temuan dari penelitian ini sejalan pada penelitian sebelumnya yang uji oleh Maria dan Ignatius (2020), mereka menyimpulkan jika nilai suatu perusahaan memperoleh pengaruh negatif dari penggunaan *leverage*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data memperlihatkan ukuran perusahaan mempunyai koefisien senilai 0,154 dan tingkat signifikansi senilai 0,006. Temuan ini menggambarkan bahwa ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan memicu peningkatan pada nilai perusahaan tersebut. Hasil uji data memberi indikasi bahwa nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh ukuran suatu perusahaan memiliki hubungan yang positif, dengan demikian simpulan ini menyatakan bahwa hipotesis **H3 diterima**.

Menurut Ketter dan Scholes (dalam Yudha, 2022), ukuran perusahaan mempunyai korelasi yang positif dengan teori sinyal dimana ukuran perusahaan yang semakin besar akan menarik investor untuk melakukan investasi sebab dianggap lebih menguntungkan. Jumlah aset suatu perusahaan mencerminkan ukuran perusahaan sehingga perusahaan berskala besar dianggap memiliki pertumbuhan dan perkembangan yang bagus dan dapat menarik minat investor serta pada gilirannya dapat membuat nilai suatu perusahaan meningkat. Temuan dari studi ini selaras pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sakdiah (2019), Firdaus (2019), serta Maria dan Ignatius (2020), yang juga menyimpulkan bahwa adanya korelasi positif antara ukuran suatu perusahaan dan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana hubungan antara variabel independen seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap variabel terikat, yakni nilai perusahaan. Objek penelitian ialah perusahaan yang beroperasi di sektor perkebunan dan tanaman pangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memberi pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* memberi pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan memberi pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah keterbatasan jumlah sampel dikarenakan terbatasnya perusahaan yang mempublikasi sustainability report dalam periode penelitian yaitu 2018-2022 sehingga beberapa perusahaan dieliminasi dari sampel dan sampel berkurang. Selain itu, beberapa perusahaan dalam sektor penelitian memiliki data yang ekstrim sehingga hal tersebut cukup berpengaruh dalam pengolahan data dan pengujian data.

Berdasarkan berbagai keterbatasan yang terdapat pada penelitian, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperpanjang periode penelitian dan juga memperluas sektor penelitian agar jumlah sampel bertambah dan penelitian ini dapat dikembangkan lebih luas ke seluruh sektor yang ada. Selain itu, peneliti juga menyarankan agar peneliti berikutnya dapat mengganti variabel independen karena masih ada faktor-faktor lainnya yang memengaruhi nilai perusahaan yang dapat diteliti selain variabel bebas yang penulis gunakan.

REFERENSI

- Ernawati, D., & Widyawati, D. (2015). Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 4(4).
- Firdaus, M. F., Dillak, V. J., & Khairunnisa, K. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *eProceedings of Management*, 6(3).
- Kurniasih, B. (2017). Pengaruh Struktur Modal Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2), 1-14.
- Makiwan, G. (2018). Analisis Rasio Leverage untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Hasanuddin Student Journal*, 2(1), 189-202.
- Melinda, A., & Wardhani, R. (2020). The effect of environmental, social, governance, and controversies on firms' value: evidence from Asia. In *Advanced Issues in the Economics of Emerging Markets* (Vol. 27, pp. 147-173). Emerald Publishing Limited.
- Noefiansyah, D., & Idayati, F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Firm Size, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(9).
- Noordiatmoko, D. (2020). Analisis rasio profitabilitas sebagai alat ukur untuk menilai kinerja keuangan pada PT Mayora Indah TBK, Periode 2014–2018. *PARAMETER*, 5(1), 38-51.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan pengaruhnya terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan sektor non jasa. *Jurnal Keuangan & Bisnis Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan*, 5(2), 144-153.
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal ilmu manajemen*, 1(1), 183-196.
- Rachmawati, N. A., Utama, S., Martani, D., & Wardhani, R. (2019). Determinants of the complementary level of financial and tax aggressiveness: a cross-country study. *International Journal of Managerial and Financial Accounting*, 11(2), 145-166.
- Ramadhani, H. (2016, June). Analisis Price Book Value Dan Return On Equity Serta Deviden Payout Ratio Terhadap Price Earning Ratio. In *Forum Ekonomi* 18(1).
- Rudikson, R., Muslimin, M., & Faisal, M. (2018). Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage Dan Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(2), 151-158.
- Sakdiah, S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018). *SOCIETY*, 10(2), 133-153.
- Salma, N., & Riska, T. J. (2019). Pengaruh Rasio Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba Perusahaan Makanan Minuman BEI. *Competitive*, 14(2), 84-95.
- Sambora, M. N., Handayani, S. R., & Rahayu, S. M. (2014). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Scott-Phillips, T. C., Kirby, S., & Ritchie, G. R. (2009). Signalling signalhood and the emergence of communication. *Cognition*, 113(2), 226-233.
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a-2), 173-184.
- Setiawati, L. W. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29-57.
- Shintia, N. (2017). Analisis Rasio Solvabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Terhadap Asset dan Equity Pada PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk Periode 2012-2015. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 1(1), 41-63.

- Sintyana, I. P. H., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), 757.
- Spence, M. (1978). Job market signaling. In *Uncertainty in economics* (pp. 281-306). Academic Press.
- Sujoko, S. (2007). Pengaruh struktur kepemilikan, strategi diversifikasi, leverage, faktor intern dan faktor ekstern terhadap nilai perusahaan (Studi empirik pada perusahaan manufaktur dan non manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 11(2), 236-254.
- Sutra, F. M., & Mais, R. G. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Financial Distress dengan Pendekatan Altman Z-Score pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 34-72.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Utomo, N. A., & Christy, N. N. A. (2017, May). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq 45 Di Bursa Efek Indonesia. In *Proceedings* 1(1).
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1990). Positive accounting theory: a ten year perspective. *Accounting review*, 131-156.
- Widiyasari, C., & Nursiam, N. (2020). ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, KEBIJAKAN HUTANG, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018).
- Wijaya, R. (2019). Analisis Perkembangan Return On Assets (ROA) dan Return On Equity (ROE) untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 40-51.
- Wirajaya, A., & Dewi, A. S. M. (2013). Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2), 358-372.
- Yumiasih, L., & Isbanah, Y. (2017). Pengaruh kompensasi, ukuran perusahaan, usia perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di BEI periode 2012-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3), 1-9.