

**PENGARUH *SIZE*, *LEVERAGE*, *GROWTH*, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN
KIMIA YANG TERDAFTAR DI BEI
PERIODE 2017-2021**

(Skripsi)

Oleh

**HANNY LIUS
NPM 1916051009**



**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2023

ABSTRAK

PENGARUH *SIZE*, *LEVERAGE*, *GROWTH*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2021

Oleh

HANNY LIUS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Size* (X1), *Leverage* (X2), *Growth* (X3), dan Profitabilitas (X4) terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada periode 2017-2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan jenis data berupa data sekunder. Populasi pada penelitian ini berjumlah 87 perusahaan pada sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021 dan diperoleh sampel dengan jumlah 36 perusahaan yang ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*. Sehingga, unit analisis dalam penelitian ini, yaitu sebanyak $36 \times 5 = 180$ unit analisis. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan alat bantu *E-views* 12 sebagai alat pengolah data. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel *size* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, secara parsial variabel *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, secara parsial variabel *growth* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan secara parsial variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan *size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai *R Square* sebesar 0,7586 atau 75,86%.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, *Size*, *Leverage*, *Growth*, Profitabilitas.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SIZE, LEVERAGE, GROWTH, AND PROFITABILITY ON FIRM VALUE IN MANUFACTURING COMPANIES IN THE BASIC AND CHEMICAL INDUSTRY SECTOR LISTED ON THE IDX FOR THE 2017-2021 PERIOD

By

HANNY LIUS

This study aims to determine the effect of Size (X1), Leverage (X2), Growth (X3), and Profitability (X4) on Firm Value (Y) in the 2017-2021 period. This study uses quantitative research with the type of data in the form of secondary data. The population in this study amounted to 87 companies in the basic and chemical industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2021 and obtained a sample of 36 companies which were determined using purposive sampling method. Thus, the unit of analysis in this study is $36 \times 5 = 180$ units of analysis. The analysis technique used in this research is panel data regression analysis with E-views 12 as a data processing tool. The results showed that partially the size variable had an insignificant effect on firm value, partially the leverage variable had an insignificant effect on firm value, partially the growth variable had an insignificant effect on firm value, and partially the profitability variable had a significant effect on firm value. Simultaneously size, leverage, growth, and profitability have a significant effect on firm value with an R Square value of 0.7586 or 75.86%.

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

**PENGARUH *SIZE*, *LEVERAGE*, *GROWTH*, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN
KIMIA YANG TERDAFTAR DI BEI
PERIODE 2017-2021**

Oleh

Hanny Lius

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS

Pada

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2023

Judul Skripsi : **PENGARUH SIZE, LEVERAGE, GROWTH, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2021**

Nama Mahasiswa : **Hanny Tius**

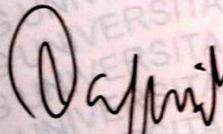
No Pokok Mahasiswa : **1916051009**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

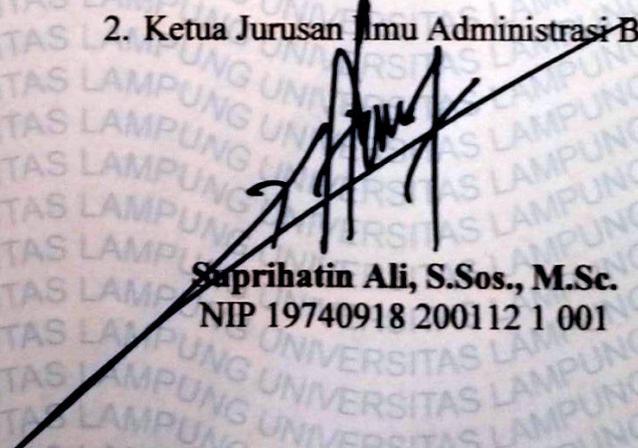


1. **Komisi Pembimbing**


Damayanti, S.A.B., M.A.B
NIP. 19810106 200501 2 002


M. Iqbal Harori, S.A.B., M.Si
NIP. 231504880320101

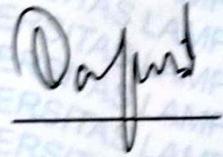
2. **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis**


Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.
NIP 19740918 200112 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

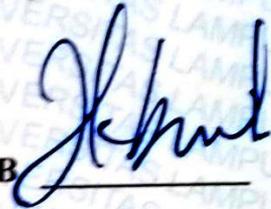
Ketua : Damayanti., S.A.B., M.A.B



Sekretaris : M. Iqbal Harori, S.A.B., M.Si



Anggota : Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 25 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Hanny Lius

NPM. 1916051009

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Hanny Lius yang lahir di Kotabumi, Lampung Utara, pada 20 September 2001. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Antoni Lius dan Ibu Yeni Kristina Dewi. Penulis mempunyai saudara perempuan bernama Santiana Lius yang memiliki perbedaan usia 2 tahun dengan penulis.

Latar belakang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis yaitu menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-kanak Xaverius Kotabumi pada tahun 2005-2006. Lalu melanjutkan pendidikan di SD Xaverius Kotabumi pada tahun 2007-2013, SMP Xaverius Kotabumi pada tahun 2013-2016, dan SMA Fransiskus Bandar Lampung pada tahun 2016-2019.

Pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Lampung. Penulis mengambil Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif menjadi anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Universitas (UKM-U) Buddha Unila. Pada tahun 2021 penulis menjabat sebagai ketua divisi Kesekretariatan serta pada tahun 2022 penulis menjabat sebagai sekretaris umum UKM-U Buddha Unila. Penulis juga aktif menjadi anggota dalam Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Administrasi Bisnis dan menjadi anggota divisi Pengkajian dan Keilmuan (P&K).

MOTTO

“Kepuasan terletak pada usaha, bukan pada hasil. Berusaha dengan keras adalah kemenangan yang hakiki.”

-Mahatma Gandhi-

“Kekhawatiran tentang hari esok itu untuk besok, nikmati saja harimu hari ini.”

-Kang Taehyun-

“Great things are not done by impulse, but by a series of small things brought together.”

-Vincent van Gogh-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Sanghyang Adi Buddha Tuhan Yang Maha Esa, Sang Triratna, dan Bodhisattva-Mahasattva yang telah melimpahkan segala rahmat, berkah, dan karunia-Nya. Karya ini kupersembahkan untuk:

Kedua orangtuaku tercinta,

Bapak dan Ibu yang hebat yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, memberikan cinta dan kasih sayang yang tiada habisnya. Terima kasih atas doa-doa yang selalu dipanjatkan setiap hari dan selalu memberikan motivasi serta semangat. Terima kasih yang tiada hentinya kepada Bapak dan Ibuku.

Kakakku tersayang,

Terima kasih telah memberiku dukungan, nasihat, dan terima kasih telah hadir untuk menghiburku.

Keluarga besar dan sahabat-sahabat tercinta.

Dosen pembimbing dan penguji yang sangat berjasa.

Almamater tercinta

Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur kepada Sanghyang Adi Buddha Tuhan Yang Maha Esa, Sang Triratna, dan Bodhisattva-Mahasattva yang telah melimpahkan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh *Size, Leverage, Growth, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021***”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan dan penulisan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Dengan itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung dan selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, masukan, saran, kritik, serta ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

7. Ibu Damayanti, S.A.B., M.A.B., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, masukan, saran, kritik, serta ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
8. Bapak M. Iqbal Harori, S.A.B., M.Si., CIMM[®] selaku Dosen Pembimbing Kedua sekaligus sebagai penulis buku Investasi dan Pasar Modal yang dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Terima kasih pula telah banyak meluangkan waktu, memberikan bimbingan, semangat, masukan, saran, kritik, dan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
9. Bapak Hartono., S.Sos., M.A., selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan selama masa perkuliahan.
10. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
11. Seluruh staff dan karyawan jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu untuk kelancaran penyelesaian skripsi penulis.
12. Teristimewa untuk kedua orang tua saya, Bapak Antoni dan Ibu Yeni yang telah berkoban waktu, materi, dan tenaga untuk merawat dan membesarkan saya. Terima kasih atas pengorbanan dan kasih sayang kepada saya yang tiada hentinya. Terima kasih karena selalu berdoa dan berjuang untuk saya, semoga bapak dan ibu selalu sehat sehingga dapat menemani langkah saya sampai di masa depan.
13. Kakak saya, Santiana Lius yang selalu menemani saya dari saya lahir hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi tempat cerita, curhat, dan keluh kesah saya setiap harinya. Terima kasih pula telah menghibur dan menyemangati saya selama ini.
14. Sahabat-sahabat perkuliahan saya, Latipah (Emak), Egrifa (Kak Eg), Nabilah (Bila), Putri (Mbak Mput), dan Hasna (Dedek) yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan, hiburan, dan menemani saya selama masa perkuliahan. Suka dan duka selama masa perkuliahan ini kita lalui bersama. Saya sangat bersyukur bertemu kalian dan menjalin tali

persahabatan hingga detik ini. Terima kasih telah hadir, sehingga membuat hari-hari saya menjadi lebih seru dan berwarna.

15. Teman dekat saya di jurusan Siska, Mely, dan Annisa yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi. Terima kasih telah membantu saya selama masa perkuliahan hingga skripsi ini.
16. Teman-teman SMA saya, Lolita, Harni, dan Gomes yang telah memberikan dukungan dan semangat.
17. Teman-teman presidium UKM-U Buddha Unila, Aldo, David, dan Liana yang telah memberikan dukungan, semangat, serta menemani saya selama saya berada di UKM-U Buddha Unila. Terima kasih pula kepada Koko, Cece, Teman-teman, dan Adik-adik UKM-U Buddha Unila yang menerima dan menemani saya selama saya berada di UKM-U Buddha Unila.
18. Teman-teman KKN saya, Desva, Renita, Elpi, Rangga, Aldy, dan Akbar yang telah memberikan dukungan, semangat, dan telah menemani saya selama 40 hari yang menyenangkan di Desa Ratu Abung, Kotabumi.
19. Seluruh teman-teman ABI 2019 yang telah kebersamai saya selama masa perkuliahan.
20. Semua teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan secara satu-persatu, terima kasih karena telah membantu dan memberikan semangat untuk saya.
21. Tomorrow X Together (Choi Soobin, Choi Yoenjun, Choi Boemgyu, Kang Taehyun, dan Hueningkai) yang telah menghibur dengan lagu-lagu yang selalu menemani saya di kala penyusunan skripsi.
22. Kucing-kucing saya, Bocil, Bocah, Lita, Maumau, Miumiu, Bulbul, Narin, Orun, Purin, Yeppo, Cotton, dan Yupi yang selalu menghibur saya setiap hari. Terima kasih telah hadir dan selalu menemani saya setiap harinya. Kalian adalah salah satu titipan Tuhan yang selalu saya syukuri. Semoga kalian sehat selalu dan panjang umur, sehingga dapat selalu menemani dan bermain dengan saya. Untuk kucing saya yang sudah di surga, kalian sudah tidak sakit lagi dan bisa bermain sepuasnya. Semoga kalian bahagia dan tenang di surga.
23. Terimakasih kepada jiwa dan ragaku yang telah bertahan dan mampu sampai pada tahap ini.

24. Almamaterku tercinta.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata “sempurna”. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca khususnya peneliti selanjutnya.

Bandar Lampung, 25 Juli 2023

Penulis,

Hanny Lius

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR RUMUS	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	1
2.1 Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>).....	10
2.2 Teori Modigliani-Miller (1963).....	11
2.3 Nilai Perusahaan.....	13
2.4 <i>Size</i>	15
2.5 <i>Leverage</i>	17
2.6 <i>Growth</i>	19
2.7 Profitabilitas	19
2.8 Penelitian Terdahulu.....	22
2.9 Kerangka Berpikir	26
2.10 Hipotesis	29
III. METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	31

3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel	32
3.3	Teknik Pengumpulan Data	34
3.4	Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional	34
3.4.1	Variabel Penelitian	34
3.4.2	Definisi Konseptual	35
3.4.3	Definisi Operasional	36
3.5	Teknik Analisis Data	37
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	38
3.5.2	Penentuan Model Regresi Data Panel	38
3.5.3	Analisis Persamaan Regresi	41
3.5.4	Pengujian Hipotesis	41
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1	PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (INTP)	44
4.1.2	PT Semen Baturaja Tbk (SMBR)	44
4.1.3	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR)	45
4.1.4	PT Wijaya Karya Beton Tbk (WTON)	45
4.1.5	PT Arwana Citramulia Tbk (ARNA)	46
4.1.6	PT Mark Dynamics Indonesia Tbk (MARK)	46
4.1.7	PT Mulia Industrindo Tbk (MLIA)	47
4.1.8	PT Alakasa Industrindo Tbk (ALKA)	47
4.1.9	PT Betonjaya Manunggal Tbk (BTON)	48
4.1.10	PT Indal Alumunium Industry Tbk (INAI)	48
4.1.11	PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk (ISSP)	49
4.1.12	PT Tembaga Mulia Semanan Tbk (TBMS)	49
4.1.13	PT Samator Indo Gas Tbk (AGII)	50
4.1.14	PT Barito Pacific Tbk (BRPT)	50
4.1.15	PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS)	51
4.1.16	PT Ekadharma International Tbk (EKAD)	51

4.1.17 PT Intan Wijaya International Tbk (INCI)	51
4.1.18 PT Indo Acidatama Tbk (SRSN)	52
4.1.19 PT Chandra Asri Petrochemical Tbk (TPIA).....	52
4.1.20 PT Unggul Indah Cahaya Tbk (UNIC).....	53
4.1.21 PT Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI)	53
4.1.22 PT Argha Karya Prima Industry Tbk (AKPI).....	54
4.1.23 PT Champion Pacific Indonesia Tbk (IGAR).....	54
4.1.24 PT Impack Pratama Industri Tbk (IMPC)	55
4.1.25 PT Indopoly Swakarsa Industry Tbk (IPOL).....	55
4.1.26 PT Tunas Alfin Tbk (TALF).....	55
4.1.27 PT Trias Sentosa Tbk (TRST)	56
4.1.28 PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN).....	56
4.1.29 PT Japfa Comfeed Wisesa Tbk (JPFA)	57
4.1.30 PT Alkindo Naratama Tbk (ALDO)	57
4.1.31 PT Fajar Surya Wisesa Tbk (FASW).....	58
4.1.32 PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk (INKP).....	58
4.1.33 PT Kedawung Setia Industrial Tbk (KDSI).....	59
4.1.34 PT Suparma Tbk (SPMA).....	59
4.1.35 PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk (TKIM).....	60
4.1.36 PT Kirana Megatara Tbk (KMTR)	60
4.2 Hasil Analisis Data	61
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	61
4.2.2 Penentuan Model Regresi Data Panel.....	67
4.2.3 Analisis Persamaan Regresi	70
4.2.4 Pengujian Hipotesis	71
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.3 Pembahasan	74
4.3.1 Pengaruh <i>Size</i> terhadap Nilai Perusahaan	74
4.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	76
4.3.3 Pengaruh <i>Growth</i> terhadap Nilai Perusahaan	78
4.3.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	80

4.3.5 Pengaruh <i>Size, Leverage, Growth</i> , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	82
4.4 Keterbatasan Penelitian	83
V. KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Kriteria Sampel	32
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Sampel Penelitian	33
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	43
Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Nilai Perusahaan.....	61
Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Size</i>	62
Tabel 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Leverage</i>	63
Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Growth</i>	65
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Profitabilitas	66
Tabel 4.6 Hasil Regresi Data Panel <i>Common Effect Model</i> (CEM)	67
Tabel 4.7 Hasil Regresi Data Panel <i>Fixed Effect Model</i> (FEM)	67
Tabel 4.8 Uji Chow	68
Tabel 4.9 Hasil Regresi Data Panel <i>Random Effect Model</i> (REM)	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Hausman	69
Tabel 4.11 Hasil Model Regresi.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Rata-Rata Harga Penutupan Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Periode 2017-2021	6
Gambar 2.1 Model Hipotesis	30
Gambar 4.1 Rata-rata Nilai Perusahaan per Tahun 2017-2021	62
Gambar 4.2 Rata-rata <i>Size</i> per Tahun 2017-2021	63
Gambar 4.3 Rata-rata <i>Leverage</i> per Tahun 2017-2021.....	64
Gambar 4.4 Rata-rata <i>Growth</i> per Tahun 2017-2021	65
Gambar 4.5 Rata-rata Profitabilitas per Tahun 2017-2021	66

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
Rumus 2.1 <i>Price Earning Ratio</i>	14
Rumus 2.2 <i>Tobin's Q</i>	14
Rumus 2.3 <i>Price to Book Value</i>	14
Rumus 2.4 <i>Debt to Asset Ratio</i>	18
Rumus 2.5 <i>Debt to Equity Ratio</i>	18
Rumus 2.6 <i>Long Term Debt to Equity Ratio</i>	18
Rumus 2.7 <i>Times Interest Earned</i>	18
Rumus 2.8 <i>Fixed Charge Coverage</i>	18
Rumus 2.9 <i>Return on Asset</i>	20
Rumus 2.10 <i>Return on Equity</i>	20
Rumus 2.11 <i>Net Profit Margin</i>	20
Rumus 2.12 <i>Gross Profit Margin</i>	21
Rumus 2.13 <i>Return on Sales</i>	21
Rumus 2.14 <i>Return on Investment</i>	21
Rumus 3.1 <i>Persamaan Regresi</i>	41

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu negara pasti mempunyai aspek-aspek penting, salah satunya adalah aspek ekonomi (Pratama, 2020). Aspek ekonomi berfungsi untuk mengetahui baik buruknya kondisi suatu negara. Perekonomian suatu negara dapat dikatakan baik apabila pendapatan yang diperoleh lebih besar daripada biaya-biaya yang dikeluarkan. Dalam perekonomian suatu negara, perusahaan memiliki peranan yang cukup besar. Perusahaan berperan untuk menghasilkan pendapatan untuk meningkatkan pendapatan negara dan menciptakan lapangan kerja.

Pada saat ini perusahaan-perusahaan baru sudah banyak yang muncul dan berkembang. Tetapi, dengan adanya perusahaan baru, maka akan timbul persaingan-persaingan antar perusahaan. Menurut Hendayana & Riyanti (2019) akibat dari adanya persaingan adalah perusahaan akan berusaha meningkatkan kinerja, sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan atau laba menggunakan sumber daya yang ada, sedangkan tujuan jangka panjang bukan untuk memaksimalkan keuntungan, melainkan memaksimalkan nilai perusahaan secara berkesinambungan (Tambunan *et al.*, 2019).

Nilai perusahaan merupakan gambaran dari kepercayaan masyarakat atas pencapaian suatu perusahaan setelah perusahaan melalui proses dari perusahaan didirikan hingga sekarang (Nursalim *et al.*, 2021). Nilai perusahaan berfungsi sebagai gambaran keadaan perusahaan saat ini dan gambaran prospek perusahaan di masa yang akan datang. Jika nilai perusahaan dikategorikan baik, maka para calon investor akan memandang perusahaan tersebut baik. Sebaliknya, jika nilai perusahaan dikategorikan buruk, maka calon investor akan memandang

perusahaan tersebut buruk. Sehingga nilai perusahaan mampu mempengaruhi penilaian calon investor terhadap suatu perusahaan.

Nilai perusahaan dapat berupa aset dan pengetahuan manajemen dalam mengoperasikan perusahaan (Sari & Priyadi, 2016). Salah satu aset perusahaan adalah saham berupa surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan modal jangka panjangnya. Bagi perusahaan *go public*, nilai perusahaan ditentukan oleh harga saham yang tercatat di Bursa Efek. Harga saham adalah citra atau gambaran berdasarkan nilai aset perusahaan yang sesungguhnya yang dapat dipengaruhi peluang investasi. Harga saham yang tinggi akan menaikkan nilai perusahaan serta kemakmuran investor akan semakin meningkat (Rejeki & Haryono, 2021). Sebaliknya, rendahnya harga saham berpengaruh dalam nilai perusahaan yang rendah, sehingga mengakibatkan asumsi investor terhadap perusahaan menjadi kurang baik.

Agar perusahaan dapat menarik bagi investor, maka perusahaan harus mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan nilai perusahaan. Faktor tersebut dapat berupa faktor internal perusahaan. Faktor internal perusahaan adalah faktor-faktor yang berada di dalam perusahaan, sehingga dapat lebih mudah untuk diperkirakan, diatur, dan diantisipasi setiap risiko yang ada (Lestari & Vikaliana, 2021). Faktor internal yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat berupa *size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas.

Faktor internal pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran (*size*) perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator yang menunjukkan kekuatan keuangan (*financial*) perusahaan. Ukuran perusahaan adalah cerminan dari total aset perusahaan (Kolamban *et al.*, 2020). Investor menginginkan laba yang stabil, dan biasanya perusahaan besar memiliki laba yang lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini menyebabkan semakin besar minat investor untuk menanamkan sahamnya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Artinya besar kecilnya ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian yang pernah dilakukan tentang pengaruh ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Vernando & Erawati (2020) dengan menggunakan variabel independen ukuran perusahaan dan variabel *intervening* struktur modal. Hasil dari penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain tentang ukuran perusahaan adalah penelitian dari Irawan & Kusuma (2019) yang menggunakan variabel struktur modal dan ukuran perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, terdapat penelitian dari Octaviany *et al* (2019) tentang pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor internal selanjutnya adalah *leverage*. *Leverage* terjadi ketika perusahaan menggunakan hutang sebagai sumber pembiayaan perusahaan untuk melakukan operasi bisnis (Dewantari *et al.*, 2019). *Leverage* merupakan sumber pendanaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan, yakni berupa pinjaman hutang dari kreditor. Menurut teori Modigliani-Miller (1963) akibat dari perusahaan yang menggunakan *leverage* adalah perusahaan mendapatkan perlindungan pajak. Perlindungan pajak akan menyebabkan perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan membayar pajak lebih sedikit. Hal ini dapat mempengaruhi kesejahteraan pemilik, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai *leverage* seperti penelitian yang dilakukan oleh Hendayana & Riyanti (2019) tentang pengaruh inflasi, suku bunga, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut adalah *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Anugerah & Suryanawa (2019) juga meneliti tentang *leverage* dengan hasil penelitian *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain dilakukan oleh Dewantari *et al* (2019) tentang pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut adalah *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya adalah pertumbuhan (*growth*) perusahaan. Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi usaha atau bisnisnya dalam perkembangan ekonomi dan industri dimana perusahaan tersebut beroperasi (Sembiring & Trisnawati, 2019). Pertumbuhan perusahaan yang cepat dapat mencerminkan kebutuhan pembiayaan yang besar jika ingin memperluas operasinya, sehingga meningkatkan keinginan untuk mempertahankan laba. Dengan pertumbuhan perusahaan yang cepat akan memberikan citra positif pada calon investor. Perusahaan yang besar lebih diminati daripada perusahaan kecil, sehingga pertumbuhan perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian tentang pertumbuhan perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti penelitian Setiyowati *et al* (2020). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *leverage* dan *growth*. Hasil dari penelitian tersebut adalah *growth* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian terhadap pertumbuhan perusahaan juga dilakukan oleh Sembiring & Trisnawati (2019) dengan hasil penelitian pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lainnya tentang pertumbuhan perusahaan dilakukan oleh Krisnando & Novitasari (2021) dengan variabel struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut adalah pertumbuhan perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya adalah profitabilitas. Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas juga dilihat dari tingkat penjualan perusahaan sehingga dapat dilihat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Profitabilitas menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi investor dalam keputusan investasi (Nugroho *et al.*, 2022). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, perusahaan yang baik mencerminkan tingkat pertumbuhan perusahaan yang baik. Hal ini terjadi karena perusahaan yang berhasil membukukan laba yang meningkat dapat menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik, sehingga dapat menarik

investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut, sehingga harga saham perusahaan tersebut meningkat (Maulida & Karak, 2021).

Penelitian tentang profitabilitas telah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti penelitian Japhar *et al* (2020). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah profitabilitas, struktur modal, suku bunga, dan inflasi. Hasil dari penelitian tersebut adalah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian terhadap profitabilitas juga dilakukan oleh Mercyana *et al* (2022) dengan hasil penelitian profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lainnya tentang pertumbuhan perusahaan dilakukan oleh Kolamban *et al* (2020) dengan variabel independen *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut adalah profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Perusahaan manufaktur adalah suatu bentuk usaha yang kegiatan usahanya meliputi penjualan berbagai bahan mentah atau bahan baku, serta produk setengah jadi (Kurniasih, 2021). Perusahaan manufaktur diklasifikasikan ke dalam tiga sektor, yaitu sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, serta sektor industri dasar dan kimia.

Menurut OJK sektor industri dasar dan kimia adalah perusahaan yang mencakup saham di bidang usaha industri dasar dan industri kimia. Yang termasuk ke dalam industri dasar yaitu usaha pengubahan material dasar menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang masih akan diproses di sektor perekonomian selanjutnya. Yang termasuk ke dalam industri kimia mencakup usaha pengolahan bahan-bahan terkait kimia dasar yang akan digunakan pada proses produksi selanjutnya. Contoh: semen, keramik, kaca, porselen, produk logam, bahan kimia, plastik dan kemasan, pakan ternak, industri kayu, kertas dan lainnya.

Alasan memilih perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sektor industri dasar dan kimia, karena sebagian besar produk sektor ini tetap dibutuhkan oleh masyarakat dan produk sektor ini banyak yang digunakan sehari-hari, seperti

pembudidayaan tumbuhan memerlukan pupuk kimia seperti insektisida dan pestisida, serta pembudidayaan hewan memerlukan pakan ternak. Hal ini menyebabkan sangat kecil kemungkinan perusahaan yang mengalami kerugian. Dengan perusahaan yang memiliki kemungkinan kecil mengalami kerugian, maka terdapat kemungkinan memiliki harga saham yang baik, sehingga mempunyai nilai perusahaan yang baik pula. Begitu juga sebaliknya, jika harga saham turun, maka nilai perusahaan tidak baik. Berdasarkan pada hal tersebut, maka dari itu saham sangat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berikut merupakan rata-rata harga penutupan saham (*closing price*) perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021:



Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 1.1 Rata-Rata Harga Penutupan Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Periode 2017-2021

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa harga saham pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia mengalami penurunan. Rata-rata harga saham terendah adalah pada tahun 2021 dan rata-rata harga saham tertinggi adalah pada tahun 2018. Kenaikan harga saham pada tahun 2018 disebabkan karena China tengah mengalami defisit produksi kertas sehingga mengharuskan lebih banyak impor dari negara lain, salah satunya Indonesia untuk menutup defisit.

Penyebab lainnya adalah kinerja emiten unggas yang atraktif didorong oleh harga *broiler* dan bibit ayam yang naik. Pada kuartal II/2018, laba emiten unggas tumbuh tinggi karena sentimen puasa dan Lebaran sehingga mendorong konsumsi masyarakat meningkat (Alfi, 2019).

Sedangkan pada tahun 2019-2021 harga saham perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia mengalami penurunan. Menurut Wijayanti & Kadir (2022) Covid-19 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap indeks harga saham sektor industri dasar dan kimia. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan kasus Covid-19, sehingga pemerintah melakukan tindakan *lockdown*. Akibatnya, kinerja industri terganggu dan mengakibatkan penurunan saham pada sektor industri dasar dan kimia.

Pergerakan harga saham yang mengalami fluktuatif pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang semakin turun akan membuat beberapa sentimen negatif bagi investor. Salah satu hal penting yang dapat diperhatikan oleh investor untuk memutuskan membeli saham adalah dengan melihat faktor internal perusahaan, berupa *size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas.

Berdasarkan uraian latar belakang dan beberapa *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu dengan hasil yang berbeda-beda, maka penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Size*, *Leverage*, *Growth*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *size* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia?
2. Apakah *leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia?
3. Apakah *growth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia?
4. Apakah profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia?
5. Apakah *size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.
3. Untuk mengetahui pengaruh *growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.
4. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.
5. Untuk mengetahui apakah *size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis, yaitu menambahkan bukti empiris mengenai teori sinyal dan teori Modigliani-Miller (1963).

- a. Pengujian teori sinyal yang menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk membagi informasi tersebut kepada calon investor untuk meningkatkan harga saham perusahaannya. Teori ini diuji dengan melihat pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan.
- b. Pengujian teori Modigliani-Miller (1963) yang menyatakan bahwa perusahaan yang menggunakan hutang akan menaikkan nilai perusahaan karena adanya perlindungan atau penghematan pajak, sehingga dapat menyebabkan arus kas meningkat dan nilai perusahaan pun meningkat. Teori ini diuji dengan melihat pengaruh *leverage*, *growth*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk memperhatikan dan memperbaiki nilai perusahaan terkait dengan adanya *size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan merupakan salah satu tolak ukur kinerja keuangan yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna informasi laporan keuangan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau masukan terkait dengan penanaman investasi di perusahaan bagi para pemilik modal atau investor.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para pembaca serta dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi atau bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal atau *signaling theory* pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence pada tahun 1973 sebagai upaya untuk memberikan informasi secara akurat menggambarkan permasalahan kepada pihak eksternal yang bersedia berinvestasi meskipun tidak ada kepastian. Informasi sebuah perusahaan dapat dijadikan pertimbangan dalam berinvestasi oleh pihak eksternal (Spence *et al.*, 2008). Kemudian teori ini dikembangkan oleh Stephen A. Ross pada tahun 1977. Ross (2009) menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk membagi informasi tersebut kepada calon investor untuk meningkatkan harga saham perusahaannya.

Pada awalnya teori sinyal (*signaling theory*) merupakan teori yang dikembangkan untuk permasalahan pasar tenaga kerja, dan pada akhirnya teori sinyal dapat diterapkan pada semua jenis pasar dengan masalah asimetri informasi. Asimetri informasi adalah suatu kondisi dimana salah satu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dari pihak lainnya, sehingga memungkinkan salah satu pihak mendapatkan keuntungan dari pihak lainnya (Lubis & Pratiwi, 2020). *Signaling theory* dikembangkan untuk mengatasi masalah asimetri informasi dalam perusahaan dengan meningkatkan pemberian sinyal informasi dari pihak yang memiliki lebih banyak informasi kepada pemangku kepentingan yang memiliki lebih sedikit informasi.

Dalam *signaling theory* memiliki elemen utama. Menurut Taj dalam López-Santamaría *et al* (2021:2) elemen utama dari *signaling theory* adalah pemberi sinyal, penerima sinyal, dan sinyal itu sendiri. Pemberi sinyal adalah orang dalam perusahaan, seperti CEO, eksekutif, dan manajer yang memiliki akses ke informasi individu, produk dan organisasi yang tidak tersedia untuk penerima.

Penerima sinyal adalah pihak luar atau eksternal yang akan menerima sinyal dari pemberi sinyal, seperti investor dan kreditur. Connelly *et al* dalam López-Santamaría *et al* (2021:2) mengemukakan sinyal adalah informasi positif atau negatif yang diputuskan oleh pemberi sinyal untuk dikomunikasikan atau tidak kepada penerima.

Menurut Connelly *et al* dalam López-Santamaría *et al* (2021:2) sinyal yang dipancarkan oleh perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

1. Sinyal niat, yang berhubungan dengan tindakan di masa depan;
2. Sinyal kamufase, yang disusun untuk menyembunyikan kemungkinan tanggung jawab organisasi dan berusaha mengalihkan perhatian dari potensi kerentanan yang dapat timbul dari tindakan korporasi, dan
3. Sinyal kebutuhan yang mengomunikasikan persyaratan organisasi.

Teori sinyal berakar pada teori akuntansi pragmatis, yang berfokus pada pengaruh informasi terhadap perubahan sikap pengguna informasi (Kuncorowati *et al.*, 2021). Salah satu data akuntansi biasanya dijadikan sinyal oleh investor sebagai hasil pengungkapan informasi oleh emiten. Kandungan informasi yang tepat dan akurat pada perusahaan sangat diperlukan oleh *stakeholder* sebagai penunjang keputusan investasi. Keterbukaan informasi ini selanjutnya dapat mempengaruhi naik turunnya harga sekuritas di industri emiten. Pengungkapan informasi akuntansi dapat mengirimkan sinyal positif ketika industri memiliki prospek yang baik (*good news*) atau sebaliknya sinyal buruk (*bad news*) di masa depan.

2.2 Teori Modigliani-Miller (1963)

Franco Modigliani dan Merton Miller menerbitkan artikel “*Corporate Income Taxes and The Cost of Capital: A Correction*” pada tahun 1963. Artikel tersebut diterbitkan sebagai lanjutan teori MM tahun 1958. Asumsi yang diubah adalah adanya pajak terhadap penghasilan perusahaan (*corporate income taxes*). Dengan adanya pajak ini, MM menyimpulkan bahwa penggunaan hutang (*leverage*) akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga hutang adalah biaya yang mengurangi pembayaran pajak (*a tax-deductible expense*). Dengan kata lain, MM

membuktikan bahwa karena bunga atas hutang dikurangkan dalam perhitungan pajak, maka nilai perusahaan meningkat sejalan dengan makin besarnya jumlah hutang dan nilainya akan mencapai titik maksimum bila seluruhnya dibiayai dengan hutang (Mai, 2013).

Menurut Obeidat (2021) teori Modigliani-Miller (1963) melibatkan dua proposisi utama sebagai berikut:

1. Proposisi 1 nilai pasar perusahaan tidak bergantung pada struktur modalnya. Menurut proposisi ini, struktur modal suatu perusahaan tidak berdampak pada nilai pasarnya. Asumsi ini mengacu pada independensi nilai pasar perusahaan dari rasio hutang terhadap ekuitasnya. Proposisi tersebut melibatkan beberapa asumsi sebagai berikut:

Pasar modal tempat sekuritas diperdagangkan sempurna. Asumsi ini berarti bahwa investor dapat membeli dan menjual sekuritas, memiliki seluruh pengetahuan, dapat menerima semua informasi, dan mengetahui setiap perubahan informasi dengan segera ketika perubahan tersebut dikeluarkan. Selain itu, asumsi tersebut melibatkan nol biaya transaksi jual-beli, dan mengenai pinjaman terhadap sekuritas, baik investor maupun perusahaan adalah sama.

Proposisi dengan pengaruh pajak. Karena efek *tax shield* di mana bunga dikecualikan dari pembayaran pajak, perusahaan-perusahaan dengan lebih banyak hutang dalam struktur modalnya, akan memiliki nilai pasar yang lebih tinggi daripada perusahaan yang tidak memiliki atau memiliki lebih sedikit hutang. Efek perlindungan pajak menyebabkan perusahaan dengan hutang tinggi membayar pajak lebih sedikit daripada perusahaan dengan hutang lebih sedikit. Perbedaan pembayaran pajak akan berdampak pada nilai pasar perusahaan, dimana perusahaan dengan *leverage* akan lebih bernilai dibandingkan dengan perusahaan tanpa *leverage*.

2. Proposisi 2 tentang tingkat pengembalian ekuitas. Proposisi tersebut menyatakan bahwa biaya ekuitas meningkat dengan rasio hutang terhadap ekuitas suatu perusahaan.

Proposisi kedua dengan pengaruh pajak berpendapat bahwa rasio pajak perusahaan sama dengan nilai penghematan pajak saat ini. Akibatnya, biaya

modal rata-rata tertimbang menurun dengan meningkatnya persentase utang dalam struktur modal. Dengan adanya pajak, perusahaan diuntungkan dengan adanya lebih banyak hutang dalam struktur modal, sedangkan nilai pasar perusahaan akan meningkat, dimana peningkatan nilai pasar perusahaan ini disebabkan oleh pengaruh *tax shield*.

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Sujoko dan Soebiantoro dalam Irnawati (2021:32) adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang berkaitan dengan harga sahamnya. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Massie *et al* dalam Irawan & Kusuma (2019:66) mendefinisikan nilai perusahaan merupakan harga yang dapat dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan akan dijual.

Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham (Irawan & Kusuma, 2019). Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi. Harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat.

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu:

1. *Price Earnings Ratio* (PER)

Pendekatan *price earnings ratio* (PER) merupakan harga per lembar saham, yang telah diterapkan dalam laporan keuangan laba rugi bagian akhir dan menjadi bentuk standar pelaporan keuangan bagi perusahaan (Sondakh & Morasa, 2019). Rasio ini menunjukkan keuntungan perusahaan dengan harga saham perusahaan tersebut (Harori & Sobita, 2023). Dengan mengetahui

besaran PER, calon investor potensial dapat mengetahui wajar atau tidaknya harga saham (secara nyata) sesuai kondisi saat ini dan bukan berdasarkan pada perkiraan dimasa mendatang. Rumus untuk mencari PER adalah sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}} \dots\dots\dots (2.1)$$

2. *Tobin's Q ratio* (Q Tobin)

Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan yang dibagi dengan biaya penggantiannya. *Tobin's Q* juga merupakan indikator yang dapat dipergunakan untuk menelaah kinerja perusahaan, khususnya untuk menunjukkan suatu kinerja manajemen dalam suatu pengelolaan aset perusahaan dan potensi pertumbuhan perusahaan (Robiyanto *et al.*, 2020).

Rumus untuk mencari *Tobin's Q* adalah sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{EMV+D}{EBV+D} \dots\dots\dots (2.2)$$

Keterangan:

EMV : *Equity Market Value* merupakan perkalian harga saham penutupan (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun.

EBV : *Equity Book Value* merupakan selisih dari total aset perusahaan dengan total kewajibannya.

D : Nilai buku dari total kewajiban.

3. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan investor saat membuat keputusan pembelian saham (Sondakh & Morasa, 2019). Menurut Harori dan Sobita (2023) PBV adalah rasio keuangan untuk menilai harga saham suatu perusahaan apakah mahal atau murah. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Rumus untuk mencari PBV adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham Biasa}} \dots\dots\dots (2.3)$$

Menurut Christiawan dan Tarigan dalam Rakhmat & Rosadi (2021:97), terdapat beberapa jenis nilai perusahaan yaitu:

1. Nilai nominal merupakan nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi.
3. Nilai intrinsik adalah konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik bukan sekedar harga dari sekumpulan nilai aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
5. Nilai pasar adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya dapat ditentukan jika saham perusahaan dijual dipasar saham.

2.4 Size

Menurut Sujoko dan Soebiantoro dalam Rakhmat & Rosadi (2021:98), ukuran perusahaan adalah ukuran atau banyaknya aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan meningkat karena perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar, dan keuntungan yang tinggi. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya perusahaan dilihat dari bidang kegiatan yang dilakukan. Ukuran suatu usaha dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, dan penjualan rata-rata (Rakhmat & Rosadi, 2021).

Menurut Badan Standarisasi Nasional dalam Sulistiono (2010) ukuran perusahaan memiliki tiga kategori, yaitu:

1. Perusahaan kecil (*small firm*)

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000,- dengan paling banyak 500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,- sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,-.

2. Perusahaan menengah (*medium size*)

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000,- sampai dengan paling banyak 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak 50.000.000.000,-.

3. Perusahaan besar (*large firm*)

Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50.000.000.000,-.

Pada umumnya perusahaan yang lebih besar memiliki akses pendanaan yang lebih baik dari berbagai sumber. Perusahaan besar memiliki total aset dengan nilai yang cukup besar untuk diketahui publik dan manajemen lebih leluasa dalam penggunaan aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula upaya yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian publik.

Ukuran perusahaan dapat digunakan sebagai indikator ketidakpastian tentang keadaan masa depan perusahaan. Perusahaan besar dapat dengan mudah membiayai investasinya melalui pasar modal karena minimnya informasi. Ukuran perusahaan dianggap memiliki kemampuan untuk mempengaruhi nilai perusahaan karena dapat menggambarkan ukuran perusahaan yang dinyatakan dalam total aset atau total penjualan bersih (Rakhmat & Rosadi, 2021).

2.5 *Leverage*

Hutang (*leverage*) merupakan salah satu faktor penting dalam unsur pendanaan. Untuk mendapatkan sumber keuangan, perusahaan dapat mempercayakan sumber keuangan internal perusahaan, seperti penyusutan dan laba ditahan. Selain itu, perusahaan juga dapat memperoleh sumber pembiayaan di luar perusahaan, seperti hutang dan penerbitan saham (Sari & Abundanti, 2014). Perusahaan dapat menggunakan hutang (*leverage*) untuk memperoleh modal guna memperoleh pengembalian yang lebih tinggi. *Leverage* adalah kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan.

Menurut Siswanto (2021) di dalam manajemen perusahaan pada umumnya terdapat tiga macam *leverage* yaitu:

1. *Operating leverage* adalah beban tetap yang harus dikeluarkan oleh perusahaan karena adanya aktivitas operasional yang terjadi dalam perusahaan. *Operating leverage* digunakan untuk mengukur seberapa besar penggunaan biaya tetap operasi dalam perusahaan.
2. *Financial leverage* terjadi pada saat perusahaan menggunakan hutang dan menimbulkan beban tetap yaitu bunga yang harus dibayar dari hasil operasinya.
3. *Total leverage* merupakan kombinasi antara *operating leverage* dan *financial leverage*. *Total leverage* dapat didefinisikan sebagai setiap penggunaan potensial biaya-biaya tetap, baik biaya operasi maupun keuangan (*financial*), untuk meningkatkan pengaruh perubahan dalam penjualan atas laba per lembar saham atau laba setelah pajak perusahaan.

Leverage dapat dianggap sebagai rasio keuangan yang mengukur seberapa baik perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya perusahaan lebih banyak menggunakan hutang untuk membiayai usahanya daripada menggunakan modal sendiri (Salma & Riska, 2020). Terdapat beberapa jenis rasio *leverage*, yaitu:

- a. Rasio Hutang terhadap Aset (*Debt to Asset Ratio*)

Debt to Asset Ratio (DAR) merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aktiva. Artinya,

seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang atau seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rumus untuk mencari DAR adalah sebagai berikut:

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(2.4)$$

- b. Rasio Hutang terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*)

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui perbandingan antara total hutang dengan modal sendiri. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui seberapa besar ekuitas perusahaan dibiayai dari hutang. Rumus untuk mencari DER adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2.5)$$

- c. Rasio Hutang terhadap Ekuitas Jangka Panjang (*Long Term Debt to Equity Ratio*)

Long Term Debt To Equity Ratio (LTDTER) merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang. Rumus untuk mencari LTDTER adalah sebagai berikut:

$$LTDTER = \frac{\text{Total Hutang Jangka Panjang}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2.6)$$

- d. Rasio Cakupan Bunga (*Times Interest Earned Ratio*)

Times Interest Earned (TIE) merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan juga kemampuan perusahaan untuk membayar biaya bunga, sama seperti *fixed charge coverage ratio*. Rumus untuk mencari TIE adalah sebagai berikut:

$$TIE = \frac{EBIT}{\text{Biaya Bunga}} \dots\dots\dots(2.7)$$

- e. Rasio Cakupan Biaya Tetap (*Fixed Charge Coverage Ratio*)

Fixed Charge Coverage (FCC) merupakan rasio yang menyerupai *times interest earned ratio*. Perbedaannya adalah rasio ini digunakan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*). Rumus untuk mencari FCC adalah sebagai berikut:

$$FCC = \frac{EBIT + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}} \dots\dots\dots(2.8)$$

2.6 Growth

Growth (pertumbuhan) perusahaan adalah perubahan yang dialami perusahaan selama periode waktu tertentu (satu tahun) seperti peningkatan atau penurunan total aset, penjualan, dan laba. Menurut Yanda dalam Krisnando & Novitasari (2021:74) pertumbuhan (*growth*) berarti seberapa jauh peringkat suatu perusahaan dalam sistem ekonomi umum atau dalam sistem ekonomi industri yang sama. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan kekayaan pada titik waktu tertentu dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Pertumbuhan perusahaan digambarkan menggunakan rasio pertumbuhan. Rasio pertumbuhan merupakan perkembangan perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya dalam kegiatan ekonomi (Krisnando & Novitasari, 2021). Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari berbagai macam, yaitu *sales* (penjualan), *Earning After Tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar perlembar saham (Yuniastuti, 2019).

2.7 Profitabilitas

Profitabilitas yaitu kemampuan emiten untuk menghasilkan keuntungan atas aktivitas perusahaan (Setiyowati *et al.*, 2020). Profitabilitas mencerminkan seberapa efektif emiten beroperasi. Perusahaan dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi menggunakan hutang yang relatif rendah karena tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk membiayai sebagian besar pembiayaan internalnya.

Rasio keuangan yang menggambarkan profitabilitas disebut rasio profitabilitas (*profitability ratio*). Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan pendapatan, total aset, dan ekuitas (Setiyowati *et al.*, 2020). Investor atau pemilik saham berkepentingan terhadap rasio profitabilitas, untuk mengetahui keuntungan yang akan diterima dalam bentuk dividen. Semakin baik rasio profitabilitas, maka semakin baik dalam menggambarkan kemampuan perolehan keuntungan

perusahaan. Menurut Ryanto dalam Noordiatmoko (2020) terdapat enam jenis rasio profitabilitas, yaitu:

a. Rasio Pengembalian Aset (*Return On Assets Ratio*)

Return On Assets (ROA) memandang profitabilitas dari aset yang digunakan perusahaan untuk memperoleh laba. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba operasi setelah pajak (*after tax operating profit*) dari total aset yang dimiliki perusahaan. Laba yang dihitung adalah laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT (*Earnings Before Interest Tax*). Rasio ini merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset. Rumus untuk mencari ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \dots\dots\dots(2.9)$$

b. Rasio Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity Ratio*)

Return On Equity (ROE) merupakan rasio profitabilitas untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari investasi pemegang saham perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase. ROE dihitung dari penghasilan (*income*) perusahaan terhadap modal yang diinvestasikan oleh para pemilik perusahaan. Rasio ini mempunyai perbandingan antara laba bersih dengan ekuitas. Rumus untuk mencari ROE adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \dots\dots\dots(2.10)$$

c. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Net Profit Margin (NPM) rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan atau bisa juga untuk menghitung jumlah rupiah laba bersih yang dihasilkan oleh setiap satu penjualan rupiah atau merupakan perbandingan antara laba bersih dengan penjual. Semakin tinggi rasio maka akan semakin baik, karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rumus untuk mencari NPM adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak (EAT)}}{\text{Penjualan}} \dots\dots\dots(2.11)$$

d. Margin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*)

Gross Profit Margin (GPM) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor yang dapat dicapai dari setiap penjualan. GPM

merupakan perbandingan laba kotor dan penjualan pada periode yang sama. Rasio ini merupakan rasio profitabilitas untuk menilai persentase laba kotor terhadap pendapatan yang dihasilkan dari penjualan. Rumus untuk mencari GPM adalah sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \dots\dots\dots(2.12)$$

e. Rasio Pengembalian Penjualan (*Return On Sales Ratio*)

Return On Sales (ROS) merupakan rasio profitabilitas yang menampilkan tingkat keuntungan perusahaan setelah pembayaran biaya-biaya variabel produksi seperti upah pekerja, bahan baku dan lain-lain sebelum dikurangi pajak dan bunga. Rasio ini menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap rupiah penjualan yang juga disebut margin operasional atau marjin pendapatan operasional. Rumus untuk mencari ROS adalah sebagai berikut:

$$ROS = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak dan Bunga}}{\text{Penjualan}} \dots\dots\dots(2.13)$$

f. Rasio Pengembalian Investasi (*Return On Investment Ratio*)

Return On Investment (ROI) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan. Rasio ini berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan terhadap jumlah aktiva secara keseluruhan yang tersedia pada perusahaan. Rumus untuk mencari ROI adalah sebagai berikut:

$$ROI = \frac{\text{Laba-Investasi}}{\text{Investasi}} \dots\dots\dots(2.14)$$

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sumber yang dijadikan acuan dalam melakukan penelitian. Penelitian terdahulu yang digunakan berasal dari jurnal dengan melihat hasil penelitian dan akan dibandingkan dengan penelitian selanjutnya dengan menganalisa berdasarkan keadaan dan waktu yang berbeda, adapun ringkasan penelitian terdahulu akan dijabarkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Dedi Irawan dan Nurhadi Kusuma (2019)	Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Independen (X): X1: Struktur Modal X2: Ukuran Perusahaan Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Hasil pada penelitian ini adalah variabel struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2014-2016. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>leverage</i> , <i>growth</i> , dan profitabilitas dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.
2.	Kevin Hestia Gigih Anugerah dan I Ketut Suryanawa (2019)	Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan	Independen (X): X1: <i>Leverage</i> X2: Ukuran Perusahaan Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Hasil pada penelitian ini adalah variabel leverage secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor farmasi periode 2013-2016. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>growth</i> , dan profitabilitas dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
3.	Yayan Hendayana dan Nopita Riyanti (2019)	Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Likuiditas, dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Perkebunan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2017)	Independen (X): X1: Inflasi X2: Suku Bunga X3: Likuiditas X4: <i>Leverage</i> Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Hasil pada penelitian ini adalah secara parsial variabel inflasi suku bunga, likuiditas, dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang terdaftar di BEI periode 2012-2017.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel inflasi, suku bunga, likuiditas, dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>size</i> dan <i>growth</i> dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.
4.	Dea V. Kolamban, Sri Murni, dan Dedy N. Baramuli (2020)	Analisis Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Independen (X): X1: <i>Leverage</i> X2: Profitabilitas X3: Ukuran Perusahaan Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Hasil pada penelitian ini adalah variabel <i>leverage</i> secara parsial berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta secara simultan <i>leverage</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel <i>leverage</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri perbankan periode 2014-2017. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>growth</i> dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.
5.	Jove Vernando dan Teguh Erawati (2020)	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening:	Independen (X): Ukuran Perusahaan Dependen (Y): Nilai Perusahaan Intervening (Z):	Hasil pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menggunakan variabel <i>intervening</i> berupa struktur modal pada perusahaan properti periode 2016-2018. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
		Studi Empiris di BEI	Struktur Modal	modal, dan struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>leverage</i> , <i>growth</i> , dan profitabilitas dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.
6.	Laras Japhar, Marjam Mangantar, dan Dedy N. Bramuli (2020)	Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Independen (X): X1: Profitabilitas X2: Struktur Modal X3: Suku Bunga X4: Inflasi Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Hasil pada penelitian ini adalah secara parsial variabel profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan variabel suku bunga dan inflasi berpengaruh negatif tidak signifikan.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel profitabilitas, struktur modal, suku bunga, dan inflasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan periode 2014-2018. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>size</i> , <i>leverage</i> , dan <i>growth</i> dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.
7.	Supami Wahyu Setiyowati, Jamal Abdul Naser, dan Rini Astuti (2020)	<i>Leverage</i> dan <i>Growth Opportunity</i> Mempengaruhi Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas	Independen (X): X1: <i>Leverage</i> X2: <i>Growth</i> Dependen (Y): Nilai Perusahaan Intervening (Z): Profitabilitas	Hasil dari penelitian ini adalah <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel <i>intervening</i> tidak terbukti dan <i>growth</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel <i>intervening</i> .	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel <i>leverage</i> dan <i>growth</i> terhadap nilai perusahaan menggunakan variabel <i>intervening</i> profitabilitas pada perusahaan sektor barang konsumsi periode 2016-2018. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>size</i> dan profitabilitas dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.
8.	Anggelia B. Nursalim, Paulina V. Rate, dan Dedy N. Baramuli	Pengaruh Inflasi, Profitabilitas, Solvabilitas, dan <i>Ratio</i> Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor	Independen (X): X1: Inflasi X2: Profitabilitas X3: Solvabilitas X4: Rasio Aktivitas	Hasil pada penelitian ini adalah secara simultan inflasi, profitabilitas, solvabilitas, dan rasio aktivitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel inflasi, profitabilitas, solvabilitas, dan rasio aktivitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2015-2018. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
	(2021)	Manufaktur Periode 2015-2018	Dependen (Y): Nilai Perusahaan	secara parsial inflasi dan rasio aktivitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan solvabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	yaitu <i>size</i> dan <i>growth</i> dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.
9.	Reza Novitasari dan Krisnando (2021)	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan <i>Firm Size</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan <i>Consumer Goods</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020	Independen (X): X1: Struktur Modal X2: Pertumbuhan Perusahaan X3: <i>Firm Size</i> Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Hasil pada penelitian ini adalah variabel struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan <i>firm size</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan <i>firm size</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan <i>consumer goods</i> periode 2017-2020. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>leverage</i> dan profitabilitas dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.
10.	Santi Duwi Nuryani, Anita Wijayanti, dan Endang Masitoh (2021)	Pengaruh Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i>	Independen (X): X1: <i>Leverage</i> X2: Likuiditas X3: Inflasi X4: Suku Bunga Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Hasil pada penelitian ini adalah secara parsial variabel likuiditas dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan inflasi dan suku bunga secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Pada penelitian sebelumnya membahas tentang variabel <i>leverage</i> , likuiditas, inflasi, dan suku bunga terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan <i>real estate</i> periode 2016-2019. Sedangkan pada penelitian ini membahas variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian sebelumnya yaitu <i>size</i> , <i>growth</i> , dan profitabilitas dengan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia periode 2017-2021.

Sumber: Kajian Penulis (2022)

2.9 Kerangka Berpikir

1. Pengaruh *Size* terhadap Nilai Perusahaan

Size merupakan cerminan dari besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki. Ukuran perusahaan dibedakan menjadi tiga kategori yaitu perusahaan kecil, perusahaan menengah, dan perusahaan besar. Perusahaan yang memiliki ukuran semakin besar biasanya memiliki total aset yang besar. Total aset digunakan untuk meningkatkan aktivitas operasional perusahaan, sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar juga memiliki keunggulan lain, yaitu memiliki kemudahan untuk memperoleh pendanaan baik eksternal maupun internal, serta memiliki sensitivitas dan transfer kekayaan yang relatif besar, jika dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil (Rejeki & Haryono, 2021). Beberapa keunggulan tersebut dapat ditangkap oleh investor sebagai sinyal dengan prospek yang baik sehingga investor rela membeli saham walaupun dengan harga yang tinggi. Artinya *size* dapat memberikan pengaruh baik terhadap nilai perusahaan.

Sebaliknya, ukuran perusahaan pada perusahaan kecil mempunyai total aset yang lebih sedikit dan memiliki sensitivitas serta transfer kekayaan yang relatif lebih sedikit. Perusahaan kecil juga akan lebih sulit memenangkan persaingan, karena perusahaan kecil lebih cepat terkena dampak pada perubahan yang mendadak. Hal ini menyebabkan sinyal buruk karena perusahaan kecil dianggap kurang mampu mensejahterakan para pemegang sahamnya. Pada penelitian Vernando & Erawati (2020) menyatakan hal yang sama, yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan penjelasan ukuran perusahaan mempermudah suatu perusahaan dalam mendapatkan dana yang berasal dari pasar modal sehingga perusahaan dapat lebih leluasa memanfaatkan dana tersebut untuk meningkatkan nilai suatu perusahaan.

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang

mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Penggunaan hutang memiliki risiko yang cukup besar atas tidak terbayarnya hutang, sehingga penggunaan hutang harus memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting, karena keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang disebabkan adanya pengurangan atas pajak penghasilan.

Teori Modigliani-Miller II (1963) menyatakan tingginya penggunaan hutang pada perusahaan akan menguntungkan perusahaan karena adanya perlindungan pajak (*tax shield*). Perusahaan yang menggunakan hutang akan membayar lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki atau memiliki lebih sedikit hutang. Hal ini dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik atau akan meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan yang menggunakan hutang memiliki *Earnings Per Share* (EPS) atau laba bersih dari setiap lembar saham yang meningkat. EPS yang meningkat akan menunjukkan suatu perusahaan berkembang dengan baik. Oleh karena itu, berdasarkan pada teori MM II nilai perusahaan yang menggunakan hutang lebih besar dibandingkan dengan nilai perusahaan yang tidak menggunakan hutang. Hasil penelitian Hendayana & Riyanti (2019) menyatakan hal yang sama dengan penjelasan di atas, dimana *leverage* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh *Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Growth (pertumbuhan) dapat dilihat dari perubahan total aset perusahaan, karena perubahan aset suatu perusahaan berupa peningkatan maupun penurunan dapat menandakan bahwa suatu perusahaan berkembang atau tidak. Jika perusahaan dapat meningkatkan kekayaannya, maka pendapatan operasional perusahaan juga akan meningkat karena adanya kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan perusahaan yang baik diharapkan akan menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi atas investasi yang dilakukan. Investor yang mengetahui tentang pertumbuhan perusahaan yang tercermin dari peningkatan total aset perusahaan mendapatkan reaksi yang baik dari pasar, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang berarti mencerminkan peningkatan nilai perusahaan.

Teori Modigliani-Miller II (1963) menyatakan tingginya pertumbuhan perusahaan menyebabkan arus kas ke pemilik meningkat. Hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Setiyowati *et al* (2020) menyatakan hal yang sama dengan penjelasan di atas, dimana *growth* mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan penjelasan, investor akan menanamkan investasinya pada perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang baik, karena dengan pertumbuhan yang baik maka prospek perusahaan di masa depan berpeluang besar baik pula.

4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan membuat permintaan saham perusahaan tersebut meningkat. Semakin tinggi laba perusahaan maka akan membuat investor tertarik untuk membeli saham perusahaan sehingga nilai perusahaan meningkat. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang tinggi. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor sehingga mendapatkan dana yang cukup dan selanjutnya perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya yang berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan (Octaviany *et al.*, 2019).

Teori Modigliani-Miller II (1963) menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan arus kas sehingga HPP (Harga Pokok Penjualan) akan meningkat. Hal ini menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian Japhar *et al* (2020) menyatakan hal yang sama dengan penjelasan di atas, dimana profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan penjelasan profitabilitas yang tinggi akan menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan, karena perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan. Permintaan saham yang tinggi akan menyebabkan kenaikan pada nilai perusahaan.

2.10 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang memiliki sifat praduga sehingga harus dibuktikan kebenarannya dengan diuji secara empiris (Abdullah, 2015). Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya dari beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : *Size* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

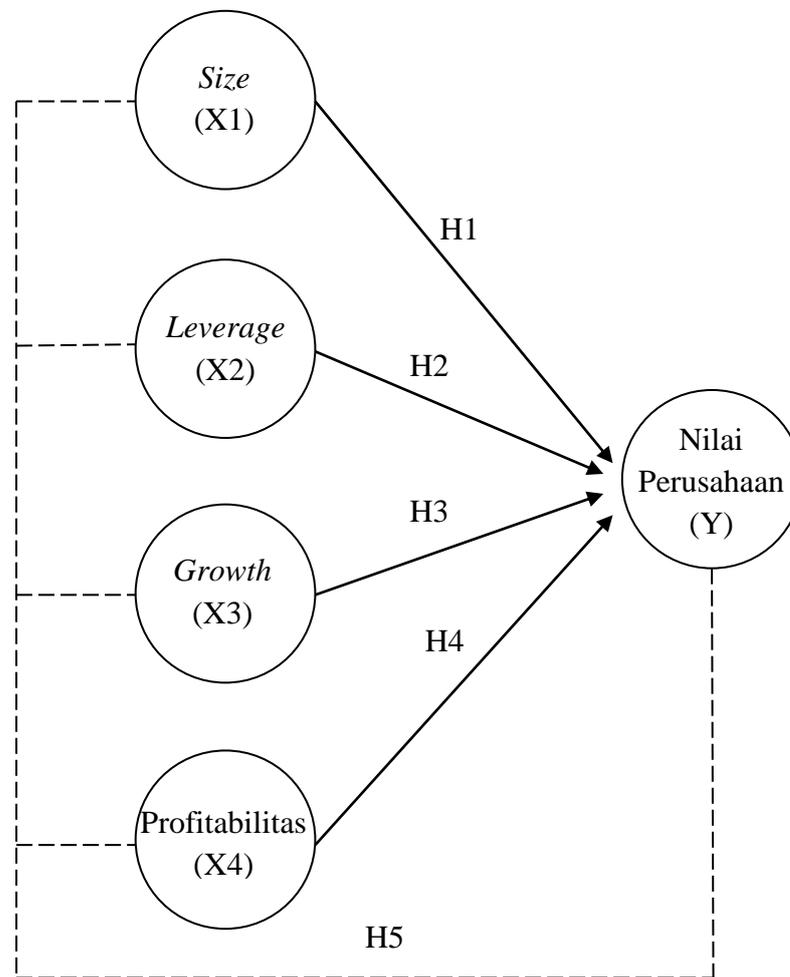
H₂ : *Leverage* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃ : *Growth* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₄ : Profitabilitas berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₅ : *Size, growth, leverage,* dan profitabilitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Model hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Hipotesis

Keterangan:

—————> : Secara parsial

- - - - -> : Secara simultan

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang sistematis, terencana, terstruktur, serta menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, dan penampilan dari hasil data yang dikumpulkan (Siyoto & Sodikin, 2015). Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian asosiatif. Desain penelitian asosiatif adalah desain penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*) (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara variabel *size* (X1), *leverage* (X2), *growth* (X3), dan profitabilitas (X4) terhadap variabel nilai perusahaan (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan unit yang akan diteliti karakteristiknya atau keseluruhan sasaran yang harus diteliti (Abdullah, 2015). Pengertian populasi selanjutnya adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Siyoto & Sodikin, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik atau bagian kecil dari anggota populasi yang diambil berdasarkan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto & Sodikin, 2015). Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang didasarkan pada tujuan tertentu bukan pada strata, radom, ataupun wilayah (Abdullah, 2015). Teknik pengambilan sampel ini dipilih karena peneliti ingin berfokus pada tujuan untuk mendapatkan data dengan memasukkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria penentuan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Perusahaan yang berfokus dibidang manufaktur sektor industri dan kimia yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2017-2021.
2. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang konsisten melaporkan atau mengungkapkan laporan keuangan mulai dari tahun 2017 hingga 2021 secara lengkap, dengan akhir periode laporan keuangan setiap 31 Desember.
3. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang selama periode 2017 hingga 2021 tidak pernah mengalami kerugian.

Tabel 3.1 Kriteria Sampel

No	Kriteria Penentuan Sampel	Jumlah
	Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2021.	87
1.	Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2017-2021.	(21)
2.	Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang tidak konsisten melaporkan atau mengungkapkan laporan keuangan mulai dari tahun 2017 hingga 2021 secara lengkap, dengan akhir periode laporan keuangan setiap 31 Desember.	(5)
3.	Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang selama periode 2017 hingga 2021 yang mengalami kerugian.	(25)
Jumlah perusahaan yang menjadi sampel penelitian tahun 2017-2021		36
Tahun pengamatan		5
Total sampel dalam penelitian 36 × 5 tahun		180

Sumber: Data sekunder yang diolah tahun (2023)

Dari kriteria di atas, jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria sampel adalah sebanyak 36 perusahaan dengan waktu pengamatan 5 tahun. Sehingga unit analisis dalam penelitian ini, yaitu sebanyak $36 \times 5 = 180$ unit analisis. Berikut ini merupakan daftar nama perusahaan yang menjadi sampel penelitian:

Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1.	PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	INTP
2.	PT Semen Baturaja Tbk	SMBR
3.	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	SMGR
4.	PT Wijaya Karya Beton Tbk	WTON
5.	PT Arwana Citramulia Tbk	ARNA
6.	PT Mark Dynamics Indonesia Tbk	MARK
7.	PT Mulia Industrindo Tbk	MLIA
8.	PT Alakasa Industrindo Tbk	ALKA
9.	PT Betonjaya Manunggal Tbk	BTON
10.	PT Indal Alumunium Industry Tbk	INAI
11.	PT Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk	ISSP
12.	PT Tembaga Mulia Semanan Tbk	TBMS
13.	PT Samator Indo Gas Tbk	AGII
14.	PT Barito Pacific Tbk	BRPT
15.	PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS
16.	PT Ekadharna International Tbk	EKAD
17.	PT Intan Wijaya International Tbk	INCI
18.	PT Indo Acidatama Tbk	SRSN
19.	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	TPIA
20.	PT Unggul Indah Cahaya Tbk	UNIC
21.	PT Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI
22.	PT Argha Karya Prima Industry Tbk	AKPI
23.	PT Champion Pacific Indonesia Tbk	IGAR
24.	PT Impack Pratama Industri Tbk	IMPC
25.	PT Indopoly Swakarsa Industry Tbk	IPOL
26.	PT Tunas Alfin Tbk	TALF
27.	PT Trias Sentosa Tbk	TRST
28.	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
29.	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk	JPFA
30.	PT Alkindo Naratama Tbk	ALDO
31.	PT Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW
32.	PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	INKP
33.	PT Kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI
34.	PT Suparma Tbk	SPMA
35.	PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk	TKIM
36.	PT Kirana Megatara Tbk	KMTR

Sumber: eddyelly.com (Data diolah, 2023)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah studi dokumentasi. Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui pencarian dari catatan, transkrip, buku, surat kabar, dan lain-lain (Siyoto & Sodikin, 2015). Dengan studi dokumentasi peneliti ingin mencari data-data dari naskah publikasi, jurnal, buku yang relevan, dan *website* resmi untuk membuktikan hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2017) data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca dan memahami literatur, buku-buku, dan dokumen. Jadi data sekunder adalah jenis data yang dikumpulkan atau didapat secara tidak langsung dari objek penelitian, melainkan dari sumber lain seperti buku dan internet. Pada penelitian ini sumber data dicari melalui *internet* yaitu berupa laman www.idx.co.id dan *website* perusahaan. Data yang dianalisis adalah laporan keuangan dari perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan rentang waktu 2017 hingga 2021.

3.4 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang menjadi perhatian penelitian untuk dilakukan pengamatan yang selanjutnya akan dijadikan objek dalam menentukan tujuan penelitian (Paramita et al., 2021). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau karakteristik atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan sesuatu yang dijadikan perhatian dalam suatu penelitian. Penelitian ini memiliki beberapa variabel yang digunakan, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas).

a. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen (terikat/terpengaruh) adalah variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang terpengaruh oleh variabel lainnya (Priadana & Sunarsi, 2021). Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel yang diduga sebagai akibat (*presumed effect variable*) dari variabel dependen. Variabel dependen biasanya disimbolkan dengan (Y). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

b. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut Priadana & Sunarsi (2021) variabel independen (bebas/mempengaruhi) adalah variabel yang berperan menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berpengaruh kepada variabel lain. Variabel independen biasanya disimbolkan dengan (X). Variabel independen yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas.

3.4.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan penarikan batasan yang menjelaskan tentang suatu konsep secara singkat, jelas, dan tegas.

a. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Setiyowati et al., 2020). Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dinilai oleh investor yang tercermin dari harga saham perusahaan yang dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Nilai perusahaan dapat meningkat dan menurun sesuai dengan kinerja suatu perusahaan.

b. Size

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dalam mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan dari besar kecilnya jumlah pendapatan, total aset, jumlah karyawan, dan total modal. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari

total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Vernando & Erawati, 2020). Ukuran perusahaan dinilai dengan *Log of Natural Total Assets* untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil.

c. Leverage

Leverage merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset atau modal yang memiliki biaya tetap (hutang atau saham) dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. *Leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Sebaliknya perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang rendah pula (Setiyowati et al., 2020). Penelitian ini memproksikan tingkat *leverage* perusahaan dihitung dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).

d. Growth

Pertumbuhan perusahaan adalah perkembangan perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya dalam kegiatan ekonomi dan di sektor usahanya. Pertumbuhan perusahaan adalah perubahan jumlah aset baik berupa peningkatan ataupun penurunan yang dialami oleh perusahaan (Setiyowati et al., 2020).

e. Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Rasio profitabilitas adalah rasio untuk mengukur *company's ability* (kemampuan perusahaan) dalam mendapat keuntungan dari penggunaan modalnya (Nursalim et al., 2021). Penelitian ini memproksikan tingkat profitabilitas perusahaan dihitung menggunakan *Return On Equity Ratio* (ROE).

3.4.3 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran konsep yang bertujuan untuk memudahkan pengukuran variabel. Definisi operasional variabel merupakan definisi tentang variabel yang dirumuskan berdasarkan kriteria variabel tersebut diamati (Siyoto & Sodikin, 2015). Batasan operasional variabel tersebut didasarkan pada sifat yang

dapat didefinisikan, diamati dan diobservasi. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

Nama Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran/Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.	$Tobin's Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$	Rasio
Size (X1)	Size adalah besar kecilnya total aset yang dimiliki oleh perusahaan.	$Size = Ln (Total Asset)$	Rasio
Leverage (X2)	Leverage merupakan gambaran dari besar kecilnya pemakaian hutang oleh perusahaan yang digunakan untuk membiayai aktivitas operasionalnya.	$DER = \frac{Total Kewajiban}{Total Ekuitas}$	Rasio
Growth (X3)	Pertumbuhan perusahaan adalah selisih total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aktiva periode sebelumnya.	$Growth = \frac{Total Aktiva t - Total Aktiva (t-1)}{Total Aktiva (t-1)}$	Rasio
Profitabilitas (X4)	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, serta modal sendiri.	$ROE = \frac{Laba Bersih}{Total Ekuitas}$	Rasio

Sumber: Kajian penulis (2023)

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis adalah metode atau model yang digunakan untuk menguji keterkaitan atau peluang antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel dengan alat bantu menggunakan aplikasi *E-views* 12.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Nalim & Turmudi (2012) statistika deskriptif adalah statistika yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis data hasil penelitian yang tidak mengambil kesimpulan secara lebih luas terhadap ciri-ciri populasi. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, baik variabel independen maupun variabel dependen. Deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, dan minimum. Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

3.5.2 Penentuan Model Regresi Data Panel

Data panel adalah gabungan antara data *time series* (deret waktu) dan *cross section* (data silang) (Ahmaddien & Susanto, 2020). Data panel ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang signifikan berdasarkan pengamatan yang berulang-ulang pada suatu objek dalam waktu yang berbeda. Untuk menganalisis data panel maka dapat menggunakan analisis regresi data panel. Analisis regresi data panel adalah salah satu metode statistik yang digunakan untuk melihat pengaruh beberapa peubah prediktor terhadap satu peubah respon dengan struktur data berupa data panel (Ahmaddien & Susanto, 2020). Dalam analisis regresi data panel harus melakukan penetapan pemilihan model regresi data panel. Tujuannya yaitu agar dapat menentukan model yang akan digunakan, yaitu *common effect model*, *fixed effect model*, atau *random effect model*. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan:

a. Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk memilih salah satu model pada regresi data panel, yaitu antara *Common Effect Model* (CEM) dengan *Fixed Effect Model* (FEM). Koefisien tetap (*common effect model*) adalah model regresi

pada data *longitudinal* yang didapat dengan asumsi bahwa unit *cross section* dan *time series* yang digunakan dalam model ini sudah ditentukan. Sedangkan model efek tetap (*fixed effect model*) adalah metode regresi yang mengasumsikan bahwa terdapat efek yang berbeda pada antar individu. Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Common Effect Model*

H_a : *Fixed Effect Model*

Adapun ketentuan untuk pengujian uji Chow yaitu sebagai berikut:

- a) Apabila nilai *probability* dari *Cross-section F* dan *Cross section Chi-square* $> 0,05$ maka H_0 diterima, dan model regresi yang dipilih adalah *Common Effect Model* (CEM).
- b) Apabila nilai *probability* dari *Cross-section F* dan *Cross-section Chi-square* $< 0,05$ maka H_0 ditolak, dan model regresi yang dipilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM)

Jika hasil uji Chow menyatakan H_0 diterima maka model pengujian akan berhenti pada tahap ini, Namun, jika hasil uji Chow menyatakan bahwa H_0 ditolak maka pengujian akan berlanjut pada uji Hausman.

b. Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk memilih antara *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM). Model efek random (*random effect*) memiliki asumsi pengaruh individu pada unit *cross section* dan *time series* merupakan peubah acak yang dimasukkan dalam model sebagai galat (*error*). Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Random Effect Model*

H_a : *Fixed Effect Model*

Adapun ketentuan untuk pengujian Hausman yaitu sebagai berikut:

- a) Apabila nilai *probability* dari *Cross-section random* $> 0,05$ maka H_0 diterima, dan model regresi yang dipilih adalah *Random Effect Model* (REM).

b) Apabila nilai *probability* dari *Cross-section random* $< 0,05$ maka H_0 ditolak, dan model regresi yang dipilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Jika hasil uji Hausman menyatakan bahwa H_0 diterima maka model pengujian akan berlanjut pada uji *Lagrange Multiplier*. Namun, jika hasil uji Hausman menyatakan bahwa H_0 ditolak maka pengujian akan berhenti pada tahap ini.

c. Uji *Lagrange Multiplier* (LM)

Uji LM dilakukan apabila hasil yang dihasilkan dari uji Chow dan uji Hausman berbeda, sehingga uji *Lagrange Multiplier* digunakan untuk menentukan apakah *Common Effect Model* (CEM) atau *Random Effect Model* (REM) yang akan digunakan. Pengujian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Common Effect Model*

H_a : *Random Effect Model*

Adapun ketentuan untuk pengujian *Lagrange Multiplier* yaitu sebagai berikut:

- a) Apabila nilai *cross section Breusch-pangan* $> 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).
- b) Apabila nilai *cross section Breusch-pangan* $< 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga model yang tepat digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).

Apapun yang terpilih dalam uji *Lagrange Multiplier*, baik itu berupa *Common Effect Model* (CEM) atau *Random Effect Model* (REM) pengujian akan selesai pada tahap ini.

3.5.3 Analisis Persamaan Regresi

Setelah menentukan model regresi data panel yang tepat, maka selanjutnya adalah melakukan analisis persamaan regresi. Persamaan ini bertujuan untuk memprediksi parameter model regresi yaitu nilai konstanta (α) dan koefisien regresi (β_i). Konstanta biasa disebut dengan intersep dan koefisien regresi biasa disebut dengan *slope* (Iqbal, 2015).

Persamaan model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{Size} + \beta_2 \text{DER} + \beta_3 \text{Growth} + \beta_4 \text{ROE} + e \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan:

Y	= Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)
α	= Parameter Konstanta
$\beta_1 - \beta_4$	= Koefisien Regresi
Size	= Ukuran Perusahaan
DER	= <i>Debt to Equity Ratio</i>
Growth	= Pertumbuhan Perusahaan
ROE	= <i>Return On Equity</i>
e	= Standar Error

3.5.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh *size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial dan simultan, maka dilakukan dengan uji t (*t-test*) dan uji F (*F-test*).

a. Uji t (Parsial)

Uji t (*t-test*) adalah metode pengujian dari uji statistik parametrik. Menurut Ghazali (2011), uji statistik t adalah suatu uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian statistik t dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan uji hipotesis ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011) uji F adalah metode pengujian yang digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara simultan atau serempak terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$), dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini berarti, secara simultan variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini berarti, secara simultan variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol sampai satu (0-1). Nilai R^2 yang rendah berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variabel dependen. Berikut ini adalah pedoman dalam menentukan interpretasi terhadap koefisien korelasi:

Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *size*, *leverage* yang diproksikan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), *growth*, dan profitabilitas yang diproksikan menggunakan *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Size* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. *Leverage* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. *Growth* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Profitabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. *Size*, *leverage*, *growth*, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil yang didapatkan tersebut maka variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya profitabilitas yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan investor akan melihat hal yang pasti dalam berinvestasi, hal tersebut adalah profitabilitas. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang dapat menghasilkan laba yang besar karena *return* yang akan diterima juga besar. Terutama pada saat pandemi Covid-19 yang menyebabkan resesi ekonomi, mengakibatkan investor lebih mempertimbangkan keuntungan yang didapatkan dari berinvestasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian serupa dengan menambahkan variabel independen lainnya yang lebih bervariasi, menggunakan pengukuran variabel yang berbeda, menggunakan populasi perusahaan yang lain, menambah atau mengurangi sampel, dan kemudian dilakukan pengujian kembali, sehingga dapat mengukur dan mengetahui apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Saran Praktis Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan efisiensi dan produktivitasnya, karena investor dalam melakukan investasi akan lebih mempertimbangkan profitabilitas. Dengan meningkatkan efisiensi dan produktivitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan laba yang lebih banyak, sehingga akan menarik perhatian para investor untuk melakukan pembelian saham.

3. Saran Praktis Bagi Investor

Bagi investor untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat melihat penelitian ini sebagai bahan referensi atau masukan terkait dengan penanaman investasi. Investor dapat memperhitungkan beberapa faktor penting yang mempengaruhi nilai perusahaan sebelum melakukan investasi, terutama faktor profitabilitas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Ahmaddien, I., & Susanto, B. (2020). Eviews 9 : Analisis Regresi Data Panel. In *Ideas Publishing*.
- Alfi, Nur Azizah. (2019). *Emiten Industri Dasar Masih Menarik pada 2019, Ini Rekomendasinya* [online]. Tersedia: <https://market.bisnis.com/read/20190103/7/874959/emiten-industri-dasar-masih-menarik-pada-2019-ini-rekomendasinya> [25 Maret 2023].
- Anugerah, K. H. G., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(3), 2324–2352. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p24>
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan Leverage, serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>
- Dhinata, R., & Krisnando. (2020). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar DI BEI Tahun 2015-2018). *Jurnal Ekonomi*, 1–22. <http://repository.stei.ac.id/3032/>
- Eddyelly. (2022). *Daftar Perusahaan Manufaktur Tahun 2021* [online]. Tersedia: <https://www.eddyelly.com/2021/08/daftar-perusahaan-manufaktur-tahun-2021.html> [6 Januari 2023].
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harori, M. Iqbal dan Nindya Eka Sobita. (2023). *Investasi dan Pasar Modal Administrasi Bisnis*. Pesawaran: Nesqi Internasional Indonesia.
- Hasanah, Uswatun. (2021). *Apa Itu Perusahaan Manufaktur: Sistem, Proses, dan Karakteristik* [online]. Tersedia: <https://greenpermit.id/2021/11/23/apa-itu-perusahaan-manufaktur/> [25 November 2022].
- Hendayana, Y., & Riyanti, N. (2019). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Likuiditas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. *Kinerja*, 2(01), 36–48. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.795>
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran

- Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81.
- Irnawati, J. (2021). *Nilai Perusahaan dan Kebijakan Deviden pada Perusahaan Contruction and Engineering pada Bursa Efek Singapura*. CV. Pena Persada.
- Iqbal, Muhammad. (2015). *Regresi Data Panel (2) “Tahap Analisis”* [online]. Tersedia: <https://dosen.perbanas.id/regresi-data-panel-2-tahap-analisis/> [29 Mei 2023].
- Janardana, Diptyaesa. (2023). *Arus Kas dari Aktivitas Investasi: Panduan Cara Menghitungnya* [online]. Tersedia: <https://www.bizhare.id/media/investasi/arus-kas-dari-aktivitas-investasi> [26 Juli 2023].
- Japhar, L., Mangantar, M., & Baramuli, D. N. (2020). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Perbankan yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 8(4), 310–321.
- Jubaedah, S., Mardi, Aryanto, Y., & Fajarianto, O. (2022). Studi Empiris Nilai Perusahaan pada Masa Pandemi Corona Virus Disease. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22 (2), 799–815.
- Kolamban, D. V, Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 174–183.
- Krisnando, & Novitasari, R. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 71–81. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.436>
- Kuncorowati, F. P., Miqdad, M., & Roziq, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility dan Dampaknya terhadap Abnormal Return pada Perusahaan LQ45. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(01), 78–94.
- Kurniasih, Wida. (2021). *Apa Itu Perusahaan Manufaktur? Ini Karakteristik, Sistem, dan Proses Bisnis* [online]. Tersedia: <https://www.gramedia.com/literasi/apa-itu-perusahaan-manufaktur/> [25 November 2022].
- Lestari, D., & Vikaliana, R. (2021). Analisis Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Penurunan Pengiriman Barang Kargo di PT. Lintas Maju Nusantara. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 813–822. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i2.15790>
- López-Santamaría, M., Amaya, N., Grueso Hinstroza, M. P., & Cuero, Y. A. (2021). Sustainability Disclosure Practices As Seen Through The Lens Of

- The Signaling Theory: A Study Of Companies Listed On The Colombian Stock Exchange. *Journal of Cleaner Production*, 317(July), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128416>
- Lubis, H. Z., & Pratiwi, D. (2020). Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Properti yang Terdaftar Di BEI. *Scenario*, 235–248.
- Mahardikari, A. K. W. (2021). Pengaruh Profitability, Liquidity, Leverage, Dividend Policy, Firm Size, dan Firm Growth terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 399. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p399-411>
- Mai, M. U. (2013). Keputusan Struktur Modal, Tingkat Produktivitas dan Profitabilitas, serta Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 19–32.
- Maulida, A., & Karak, M. E. (2021). The Effect of Company Size, Leverage, Profitability and Dividend Policy on Company Value on Manufacturing Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange (IDX) for The 2014-2018 Period. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(2), 686–691.
- Mercyana, C., Hamidah, & Kurnianti, D. (2022). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Infrastruktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020*. 3(1), 101–113.
- Nalim, Y., & Turmudi, S. (2012). *Statistika Deskriptif.pdf* (pp. 1–191).
- Noordiatmoko, D. (2020). Analisis Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Ukur untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt Mayora Indah Tbk, Periode 2014-2018. *Jurnal Parameter*, 5(4), 38–51.
- Nugroho, T. C., Mukhlisiah, R., & Purba, E. H. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan (Sudi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI periode 2018-2020). *Ijacc*, 3(2), 117–131. <https://doi.org/10.33050/ijacc.v3i2.2394>
- Nursalim, A. B., Rate, P. V, & Baramuli, D. N. (2021). Pengaruh Inflasi, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ratio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Periode 2015-2018. *Jurnal EMBA*, 9(4), 559–571.
- Obeidat, M. I. S. (2021). The Validity of Modigliani-Miller Theorem at the Commercial Banking Industry of Jordan. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 929–940. <https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.88>
- Octaviany, A., Hidayat, S., & Miftahudin. (2019). Pengaruh Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2),

216–245. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i2.943>

- OJK. *Klasifikasi Saham di Bursa Efek Indonesia*. [online]. Tersedia: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20594> [25 Maret 2023].
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widyagama Press.
- Pratama, Cahya Dicky. (2020). *Aspek Pancagatra dalam Wawasan Nusantara* [online]. Tersedia: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/17/205407669/aspek-pancagatra-dalam-wawasan-nusantara?page=all> [29 Mei 2023].
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Rahmasari, D. R., Suryani, E., & Oktaryani, S. (2019). Pengaruh Leverage dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5(1), 66–83. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i1.34>
- Rakhmat, A. S., & Rosadi, A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal IKRA-ITH*, 4(1), 94–104.
- Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia. *Invoice : Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.26618/inv.v3i1.4969>
- Robiyanto, R., Nafiah, I., Harijono, H., & Inggawati, K. (2020). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan dan Pariwisata dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14(1), 46–57. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v14i1.153>
- Ross, S. A. (2009). *The determination of financial structure : the incentive-signalling approach*. 8(1), 23–40.
- Salma, N., & Riska, T. J. (2020). Pengaruh Rasio Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba Perusahaan Makanan Minuman BEI. *Competitive*, 14(2), 84–95. <https://doi.org/10.36618/competitive.v14i2.622>
- Sari, P. I. P., & Abundanti, N. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3(5), 1427–1441.
- Sari, R. A. I., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(10), 1–17.
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 173–184.

<https://doi.org/10.33024/jrm.v10i2.4902>

- Setiyowati, S. W., Naser, J. A., & Astuti, R. (2020). Leverage dan Growth Opportunity Mempengaruhi Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 16(1), 31–40. <https://doi.org/10.21067/jem.v16i1.4513>
- Siswanto, E. (2021). *Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar*. Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Siyoto, S., & Sodikin, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sondakh, R., & Morasa, J. (2019). Ipteks Mengukur Nilai Perusahaan di Pasar Modal pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 3(1), 17–22.
- Spence, M., Quarterly, T., & Aug, N. (2008). *Job Market Signaling*. 87(3), 355–374.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiono. (2010). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2006-2008*. Universitas Negeri Semarang.
- Tambunan, E. H., Sabijono, H., & Lambey, R. (2019). The Effect of Investment Decision and Policy Debt to Value of The Firm On. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4445–4454.
- Vernando, J., & Erawati, T. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening: Studi Empiris di BEI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 13. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2020.151.344>
- Wijayanti, G. A., & Kadir. (2022). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap IHSG dan Indeks Harga Saham Sektoral Selama Periode Awal Pandemi di Indonesia. *Indonesian Journal of Human Resource Management*, 1(1), 1–14.
- Yuniastuti, R. M. (2019). Analisis Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Kinerja Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 148–157. <https://doi.org/10.47768/gema.v11i2.166>