

Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

**Ananda Salsabillah¹, Selfi Afriani Gultom², Ilham Hidayah Napitupulu³,
Eli Safrida⁴, Siti Asnida Nofianna⁵**
Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri Medan
Email : salsabillah.ananda86@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel Dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan Variabel Independen yang digunakan yaitu profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 20 perusahaan dan 100 data observasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik dokumentasi. Data dikumpulkan berdasarkan *annual report* dan laporan keuangan auditan perusahaan sektor energi periode 2018 – 2022 yang dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Data diolah dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan *software* SPSS versi 25. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa rasio profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Rasio *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Rasio ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

Kata Kunci : Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of profitability, leverage and company size on firm value in energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The Dependent Variable used in this study is Company Value, while the Independent Variables used are Profitability, Leverage, and Company Size. The type of data used is primary data. The sampling technique in this study was purposive sampling method. The sample in this study amounted to 20 companies and 100 observation data. The data collection technique used in this research is using documentation techniques. Data is collected based on annual reports and audited financial reports of energy sector companies for the period 2018 – 2022 which can be accessed through the official website of the Indonesia Stock Exchange. The data was processed and analyzed using multiple linear regression analysis techniques with SPSS software version 25. The t statistical test results show that the profitability ratio has an effect on firm value, with a significance level of 0.000. Leverage ratio has no effect on firm value, with a significance level of 0.05. The firm size ratio has no effect on firm value, with a significance level of 0.05.

Keywords: Profitability, Leverage, Firm Size, Firm Value

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara berkembang yang perkembangannya sangat pesat. Hal ini bisa dilihat dari semakin berkembangnya dan bertambahnya perusahaan dari tahun ke tahun.

Persaingan membuat para manajer perusahaan untuk melakukan strategi dan keputusan – keputusan penting agar mampu bertahan dan mencapai tujuan perusahaan (Kolamban et al., 2020). Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai

perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. 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 (Susesti & Wahyuningtyas, 2022).

Harga saham merupakan salah satu penilaian dari nilai perusahaan. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan juga akan ikut meningkat, sehingga berdampak pada peningkatan nilai pemegang saham yang dibuktikan melalui tingginya return bagi pemegang saham. Keadaan inilah yang mencerminkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang harus dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Novari & Lestari, 2019). Perusahaan menjadikan peningkatan nilai perusahaan sebagai sebuah prestasi, karena peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan berhasil meningkatkan kemakmuran para pemegang saham, yang mana hal tersebut juga merupakan keinginan para pemegang saham (Widianingrum & Dillak, 2023). Para investor tidak hanya tertarik pada peningkatan harga saham suatu perusahaan, tetapi juga pada kesadaran perusahaan terhadap isu lingkungan dan sosial yang terkait dengan aktivitas operasionalnya. Ketika perusahaan secara transparan mengungkapkan komitmennya terhadap lingkungan dan masyarakat dalam laporan keuangannya, hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan menambah nilai tambah.

Perusahaan dalam setiap aktivitasnya, dimana setiap tindakan dalam pengambilan keputusan keuangan tentu merupakan bagian peran dari manajer keuangan dalam mencapai tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan yaitu bagaimana untuk memaksimalkan nilai perusahaan sehingga akan berdampak kepada

peningkatan kemakmuran bagi para pemegang saham (Nugraha & Alfarisi, 2020). Nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham perusahaan. Harga pasar dari saham perusahaan yang telah terbentuk antara penjual dan pembeli saat transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap menjadi cerminan dari nilai asset perusahaan yang sesungguhnya. Nilai perusahaan yang telah dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi.

Peluang investasi nantinya dapat memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Anggita, 2023). Beberapa hal yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan. Profitabilitas penting dalam hal keahlian perusahaan lantaran hal ini berguna untuk menghasilkan dan mendapatkan keuntungan serta memberikan indikasi kinerja perusahaan. Profitabilitas menunjukkan bahwa persepsi setiap investor akan berbeda-beda (Agustiningasih & Septiani, 2022).

Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan melihat laba yang dihasilkan suatu perusahaan, jika perusahaan mampu membuat laba yang meningkat, hal itu mengindikasikan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut (Dewantari et al., 2020). Profitabilitas adalah rasio yang bertujuan untuk dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu serta memberikan gambaran mengenai tingkat efektifitas manajemen didalam melaksanakan kegiatan operasinya. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah Return On Assets (ROA), semakin tinggi ROA maka

semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan yang tinggi (Sari & Widyawati, 2021).

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya pemakaian hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Perusahaan memiliki berbagai sumber pendanaan, salah satunya yaitu hutang. Keputusan manajemen perusahaan yang dilakukan dalam pengelolaan hutang nantinya akan menjadi sinyal bagi para investor untuk dinilai bagaimana prospek perusahaan kedepannya (Anggita, 2023). Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, leverage semakin besar menunjukkan bahwa risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki risiko yang lebih kecil. Oleh karena itu apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun beresiko, maka akan dipikir dua kali untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Karena akan dikhawatirkan aset yang tinggi tersebut didapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Leverage juga memiliki arti suatu kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban finansial yang dimiliki baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang (Sari & Widyawati, 2021). Menurut Santoso & Junaeni, (2022) leverage dapat diukur salah satunya menggunakan Debt to Equity Ratio (DER), semakin tinggi rasio DER suatu perusahaan maka risiko pendanaan perusahaan dari unsur hutang akan semakin tinggi. Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa semakin besar struktur modal yang berasal dari hutang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada, seperti yang dikemukakan. Dan semakin kecil rasio DER, semakin baik kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi yang buruk (Susesti & Wahyuningtyas, 2022).

Ukuran perusahaan merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dengan

menghitung seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan menggambarkan hak dan kewajiban serta permodalan perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan dan mempunyai lebih banyak sumber daya karena memiliki akses yang baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal disbanding perusahaan kecil (Sari & Widyawati, 2021). Ukuran perusahaan meningkat jika dikaitkan dengan keputusan keuangan yang akan diambil perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan risiko saham perusahaan yang luas akan berdampak mengurangi pengendalian pihak investor, perusahaan besar cenderung lebih berani dibandingkan perusahaan kecil dalam mengeluarkan saham baru untuk memenuhi permintaan perusahaan (Agustiningsih & Septiani, 2022).

LANDASAN TEORI

a) Teori Sinyal (Signalling Theory)

Brigham dan Houston (2019, hal. 499) menyatakan bahwa teori sinyal adalah suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan. Dengan kata lain yaitu cara pandang pemegang saham tentang peluang perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang, dimana informasi tersebut diberikan oleh manajemen perusahaan kepada para pemegang saham. Menurut Santoso & Junaeni, (2022), teori sinyal yaitu suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memberikan arahan kepada investor mengenai pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana manajer memberikan sinyal kepada investor untuk mengurangi asimetri informasi melalui laporan keuangan (Sjahrudin & Jannah, 2022). Teori ini juga melibatkan tindakan manajer sebagai pihak internal untuk menyampaikan informasi kepada pihak luar, informasi yang diterbitkan memberikan sinyal kepada investor, yang penting dalam pengambilan keputusan investasi. Asimetris informasi antara manajer dan

investor menjadi dasar teori ini (Rohmatulloh, 2021). Dari dorongan perusahaan ini untuk memberikan informasi karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (investor dan kreditor). Adapun hubungan teori sinyal dengan penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen dalam laporan keuangan ini tentunya lebih sering dianggap sebagai sinyal bagi para investor dan investor tentunya akan menilai baik buruknya perusahaan. Karena dengan adanya kenaikan jumlah dividen tunai dianggap sebagai sinyal yang artinya perusahaan mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang. Sehingga kebijakan deviden sering kali menyebabkan kenaikan harga saham yang tinggi artinya nilai perusahaan juga akan meningkat sementara itu jika terdapat pemotongan deviden biasanya dapat menyebabkan penurunan harga saham yang berarti terjadi penurunan nilai perusahaan (Sofiatin, 2020).

b) Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh pemerintahan dan penawaran pasar modal yang mereflesikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan (Kurniawan & Ardiansyah, 2024). Sedangkan menurut Himawan, (2020) Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang sudah dicapai oleh suatu perusahaan yang mencerminkan gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan yang bersangkutan didirikan hingga saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan mencerminkan prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan ikut meningkat. serta menjaga kemakmuran para pemegang saham. (Widyastuti et al., (2022) juga menyatakan Nilai perusahaan dapat dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut yaitu

kepemilikan manajerial, profitabilitas dan ukuran perusahaan memberikan sinyal dari manajer ke investor, sehingga investor dapat melihat perkembangan perusahaan tersebut dari informasi yang diberikan oleh manajer. Berdasarkan dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai sebuah perusahaan adalah representasi dari nilai jualnya. Semakin efektif sebuah perusahaan dalam mengelola sumber daya seperti harga saham yang tinggi, semakin besar nilai jual perusahaan tersebut. Hal ini akan membawa kemakmuran bagi pemilik dan pemegang saham. Kenaikan nilai saham dapat menguatkan posisi perusahaan dan pencapaiannya di masa mendatang, karena harga saham yang tinggi memengaruhi persepsi investor terhadap citra perusahaan.

c) Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik (Himawan, 2020). Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang (Aldi et al., 2020). Menurut Thian, (2022), beberapa jenis rasio profitabilitas umum digunakan dalam praktik untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

d) Leverage

Leverage merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan dengan modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan telah dibiayai oleh utang atau dana pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Himawan, 2020). Menurut (Rivandi & Petra, 2022) Leverage merupakan pemakaian utang oleh perusahaan yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan atau dalam melakukan kegiatan investasi untuk memberikan gambaran

terhadap keadaan perusahaan kepada pemegang saham. Perusahaan-perusahaan yang menggunakan leverage memiliki tujuan agar keuntungan yang didapatkan lebih besar dari biaya tetap (beban tetap) (Putra et al., 2021). Pemanfaatan leverage diinginkan untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan. Namun, saat menerapkan leverage, penting untuk selalu mempertimbangkan risiko, di mana peningkatan utang perusahaan dapat menghasilkan biaya tetap tambahan atau bunga yang harus dibayar. leverage dapat meningkatkan risiko kerugian, jika perusahaan ternyata memperoleh keuntungan lebih rendah dari biaya tetapnya. Kegagalan perusahaan dalam membayar bunga atas hutangnya, menyebabkan kesulitan keuangan yang berakhir pada kondisi gulung tikar atau kebangkrutan perusahaan. Hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar terhindar dari kegagalan leverage adalah menyeimbangkan besaran hutang yang layak diambil, dan dari mana sumber – sumber yang dapat digunakan untuk membayar hutang (Cahyasari, 2022)

e) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari pangan usaha yang dijalankan. Penentuan skala besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset serta rata-rata tingkat penjualan (Putra et al., 2021). Menurut Pasaribu et al., (2022) ukuran sebuah perusahaan (firm size) dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut akan semakin mudah dalam memperoleh sumber dana. Dana tersebut kemudian akan dikelola oleh pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan. Stabilitas ini akan menarik perhatian atau minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Pernyataan tersebut sejalan dengan peneliti terdahulu yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan akan memunculkan pengeluaran yang lebih besar dalam mewujudkan

legitimasi perusahaan, hal ini disebabkan karena perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Legitimasi ini diperlukan perusahaan sebagai jalan untuk menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat (Safira & Widajantie, 2021). Dalam mengklasifikasikan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan digunakanlah skala untuk mengukur agar dapat menentukan klasifikasi perusahaan, adapun metode untuk mengukurnya dapat ditinjau dari nilai total aset perusahaan, nilai logaritma dari total aset perusahaan, nilai pasar saham, dan sebagainya (Rahayu et al., 2023)

f) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Widyastuti et al., (2022) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Laba merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Profitabilitas tergolong rasio keuangan dapat diukur menggunakan ROA (Return On Asset). ROA yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu mengoptimalkan penggunaan aset dalam memperoleh laba bersih. Semakin tinggi ROA maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (return) (Putra et al., 2021). Berdasarkan Brigham dan Houston (2019, hal. 499) menyatakan bahwa teori sinyal adalah suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan ialah profitabilitas yang sering diukur dengan Return on Assets (ROA), menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi ROA, semakin tinggi pula nilai perusahaan. ROA sebagai indikator profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan mempengaruhi harga saham, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Sofiatin, 2020).

Dalam teori sinyal, informasi yang diberikan oleh ROA dapat digunakan oleh investor untuk membuat keputusan investasi. Semakin tinggi ROA, semakin baik kinerja keuangan perusahaan, dan semakin tinggi pula kepercayaan investor terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Alida & Sulastiningsih, 2021). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Safira & Widajantie, 2021) dan (Siagian & Wijoyo, 2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

g) Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Penggunaan kebijakan hutang bisa digunakan untuk menciptakan nilai perusahaan yang diinginkan, namun kebijakan hutang juga tergantung dari pertumbuhan perusahaan yang juga terkait dengan ukuran perusahaan. perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan perusahaan yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar bunga hutang jika menggunakan hutang untuk dana operasional perusahaan tersebut. Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan (Safira & Widajantie, 2021). Berdasarkan Brigham dan Houston (2019, hal. 499) menyatakan bahwa teori sinyal adalah suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan berdasarkan teori sinyal ialah *leverage* memiliki dampak yang menguntungkan secara material terhadap nilai perusahaan. *Leverage* yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan karena meningkatnya kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dan membiayai operasionalisasi perusahaan dengan menggunakan hutang (Alida & Sulastiningsih, 2021). Dalam teori sinyal, informasi yang

diberikan oleh *leverage* dapat digunakan oleh investor untuk membuat keputusan investasi. Semakin tinggi *leverage*, semakin besar kemampuan perusahaan dalam membiayai operasionalisasi perusahaan, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Dewi & Soedaryono, 2023). *Leverage* juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan. Penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik karena dikhawatirkan bahwa akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan berisiko besar, sedangkan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan berisiko kecil (Dewantari et al., 2020). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharmaputra et al., (2022) dan Putra et al., (2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

h) Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan yang besar dan tumbuh dapat mencerminkan bahwa tingkat profit dimasa mendatang akan semakin baik dan juga dapat mencerminkan perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga pasar akan mau membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan memperoleh pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut dan hal itu menyebabkan nilai perusahaan meningkat (Sjahrudin & Jannah, 2022). Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan jika perusahaan tersebut mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya dan perusahaan besar memiliki resiko yang lebih kecil. Kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut cenderung dapat meningkatkan permintaan saham. Berdasarkan Brigham dan Houston (2019, hal. 499) menyatakan bahwa teori

sinyal adalah suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan hubungan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan berdasarkan teori sinyal bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan harga saham, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan besar memiliki total aktiva yang besar, sehingga dapat menarik investor dan meningkatkan harga saham (Nurmansyah et al., 2023). Dalam teori sinyal, informasi yang diberikan oleh ukuran perusahaan dapat digunakan oleh investor untuk membuat keputusan investasi. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan meningkatkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Jaya, 2020). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustiniingsih & Septiani, (2022) dan Aziz & Widati, (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data penelitian berupa data sekunder yaitu perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diperoleh dari website www.idx.co.id. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 76 perusahaan dengan sampel berjumlah 20 perusahaan. Alat analisis yang digunakan yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi), dan uji hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS 25.

2. Definisi operasional

Populasi merupakan sebuah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2018 : 126). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan (*annual report*) perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 76 perusahaan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Penentuan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dari populasi berdasarkan persyaratan dan kriteria tertentu. Sampel pada penelitian ini sebanyak 20 perusahaan yang memenuhi kriteria yang ada pada penelitian ini.

3. Teknik Analisis Data

Metode regresi berganda digunakan untuk melihat pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sektor energi. Alat bantu analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan Software IBM SPSS versi 25 (Statistical Package for the Social Sciences) dimana data penelitian akan dikumpulkan kemudian diolah untuk mendapatkan kesimpulan pemecahan masalah yang ada dalam penelitian, sedangkan metode yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan analisis linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa *Leverage* dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sedangkan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 1. Uji Uji Parsial (Uji t)

Model	B	S.E	S.C.B	t	Sig.
Constant	-1.785	1.139		-1.567	.120
Profitabilitas	3.181	.321	.785		.000
Leverage	.633	.388	.121		.106
Ukuran Perusahaan	.010	.040	.018		.805

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa Profitabilitas berpengaruh secara parsial perusahaan sektor energi. Hal ini terlihat dari nilai signifikan ukuran perusahaan pada tabel yang menunjukkan angka lebih besar dari 0,05 yaitu 0,805 ($0,000 > 0,0805$). Maka tidak terdapat pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi. Hal ini

terlihat dari nilai signifikan profitabilitas pada tabel yang menunjukkan angka lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terkait. *Leverage* tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi *leverage* pada tabel yang menunjukkan angka lebih besar dari 0,05 yaitu 0,106 ($0,000 > 0,106$). Maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terkait. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai signifikan antara variabel bebas dengan variabel terkait.

Tabel 2. Uji Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R Square	Adjusted Square	S.E of the Estimate
1	.755	.556	.46211035

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa diperoleh nilai *adjusted* sebesar 0,556. Hal ini berarti bahwa 55,6% kemampuan variabel independen yaitu profitabilitas (X1), *Leverage* (X2) dan ukuran perusahaan (X3) dalam memengaruhi variabel nilai perusahaan (Y) dan sisanya 44,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Selain itu hasil uji koefisien regresi pada kolom beta menunjukkan hasil nilai sebesar 3,181 dengan arah positif yang berarti bahwa variabel profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima.

Tabel 3. Nilai Rata – rata Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Nilai Rata - rata		
Tahun	Profitabilitas	Nilai Perusahaan

2018	0,132	1,270
2019	0,081	1,119
2020	0,069	1,035
2021	0,140	1,570
2022	0,197	1,457

Berdasarkan data rata-rata profitabilitas dan nilai perusahaan pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa peningkatan dan penurunan yang dialami pada nilai profitabilitas berbanding lurus terhadap peningkatan dan penurunan pada nilai perusahaan. Pada tahun 2018-2020 nilai mean profitabilitas mengalami penurunan secara berturut-turut. Sementara pada tahun 2021-2022 nilai mean profitabilitas mengalami kenaikan. Sedangkan nilai rata-rata nilai perusahaan yang diukur menggunakan PBV juga mengalami fluktuasi yaitu pada tahun 2018 hingga tahun 2020 mengalami penurunan.

Sementara pada tahun 2021 nilai mean nilai perusahaan mengalami kenaikan, namun pada tahun 2022 nilai mean nilai perusahaan mengalami penurunan. Nilai profitabilitas yang mengalami kenaikan pada tahun 2022 disebabkan karena tingginya rata-rata laba setelah pajak pada perusahaan sektor energi yang diakibatkan oleh tingginya jumlah pendapatan dari kontrak dengan pelanggan karena meningkatnya jumlah penjualan luar negeri dan penjualan dalam negeri. Oleh sebab itu, total laba setelah pajak pada tahun 2022 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Sedangkan menurunnya nilai PBV pada tahun 2022 disebabkan oleh tingginya nilai buku perusahaan yang disebabkan oleh tingginya jumlah ekuitas perusahaan sektor energi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah saldo laba yang belum dicadangkan, ekuitas yang dapat diatribusikan kepada entitas induk serta kepentingan non pengendali atas aset (liabilitas) neto entitas anak dari tahun sebelumnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ekuitas perusahaan sektor energi mengalami kenaikan secara keseluruhan dari tahun 2021-2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepercayaan investor pada perusahaan dapat menjadi instrumen efektif untuk mengangkat harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham berarti nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Semakin besar return on asset (ROA), semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang dapat memberikan keuntungan lebih tinggi akan lebih bernilai bagi investor dalam pengambilan keputusan. Para pemegang saham percaya bahwa profitabilitas tinggi menunjukkan prospek jangka panjang yang baik bagi perusahaan. Keyakinan ini membuat para calon investor lebih yakin untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan berdasarkan teori sinyal karena teori ini menjelaskan bahwa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi tentang kinerjanya kepada investor. Profitabilitas, yang diukur dengan Return On Assets (ROA), merupakan salah satu indikator kinerja keuangan yang penting. Semakin tinggi ROA, semakin baik kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Investor dapat memahami bahwa perusahaan yang memiliki ROA tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan (Megantari et al., 2022).

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,106 > 0,05$, sehingga hipotesis kedua ditolak. Artinya tidak ada pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena *leverage* mampu mengukur seberapa besar perusahaan melunasi hutang dengan modal yang dimiliki. Semakin besar *leverage* maka akan semakin kecil laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan (Kolamban et al., 2020). Semakin rendah tingkat *leverage*, maka kemungkinan nilai perusahaan akan semakin tinggi dan perusahaan

akan mendapat kepercayaan dari investor (Putri & Ramadhan, 2020). Berdasarkan teori sinyal *leverage* yang tinggi dapat meningkatkan risiko investasi. Semakin tinggi *leverage*, semakin besar kemungkinan perusahaan tidak dapat membayar hutangnya, yang dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Jika manajemen tidak dapat mengelola risiko ini dengan baik, maka investor akan menganggap bahwa perusahaan memiliki risiko yang tinggi, sehingga nilai perusahaan dapat menurun (Megantari et al., 2022). Ditinjau dari nilai standart DAR yang baik Menurut Kasmir (2018:157) rata-rata industri untuk DAR adalah 35%. Ini berarti bahwa aset perusahaan lebih banyak dibiayai oleh modal sendiri daripada hutang.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis ketiga pada penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,805 > 0,05$, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Artinya tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang besar belum tentu bisa menjamin nilai perusahaannya tinggi, karena perusahaan besar mungkin belum tentu berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban (hutang) sudah terlunasi, disisi lain dalam menanamkan modal investor tidak hanya memandang ukuran perusahaan akan tetapi investor masih banyak mempertimbangkan faktor-faktor lain nya yang menjadi pertimbangan investor dalam menyalurkan dananya. Seperti pertumbuhan maupun peningkatan laba perusahaan (Khotimah et al., 2019). Berdasarkan konteks teori sinyal, ukuran perusahaan tidak selalu mempengaruhi nilai perusahaan secara langsung. Teori sinyal berfokus pada bagaimana informasi yang tidak simetris antara perusahaan dan investor dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Irmawati & Murtianingsih, 2024). Hasil ini dapat dijadikan

referensi untuk penelitian berikutnya jika memerlukan data ukuran perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Secara praktikal, perusahaan sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi tidak perlu mengubah persentase dari ukuran perusahaan karena tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan disebabkan karena perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *Leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018 – 2022. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2022.
2. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2022.
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2022.

B. Saran-saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, disadari masih terdapat keterbatasan penelitian, maka diberikan beberapa saran sebagai berikut untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode penelitian sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel independen yang digunakan yaitu faktor – faktor yang memengaruhi nilai perusahaan yang lebih bervariasi sehingga hasil penelitian yang baru dapat dibandingkan dengan penelitian yang ada.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pengukuran atau proksi nilai perusahaan yang berbeda sehingga hasil penelitian yang baru dapat dibandingkan dengan penelitian yang ada.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti secara langsung agar mendapatkan data yang lebih akurat, terpercaya dan teruji.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, W., & Septiani, N. D. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1433–1440.
- Aldi, M. F., Erlina, & Amalia, K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007-2018. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(1), 264–273.
- Alida, A. P., & Sulastiningsih. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(1), 1997.
- Anggita, K. T. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2087–2099.
- Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 7(1), 171–184.
- Cahyasari, D. (2022). Jurnal british. *Jurnal British*, 2(2), 16–29.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). 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.
- Dewi, N. S., & Suwarno, A. E. (2022). Pengaruh Roa, Roe, Eps Dan Der Terhadap Harga Saham Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 472–482.
- Dewi, R., & Soedaryono, B. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *Jurnal Maneksi*, 12(2), 327–331.
- Dharmaputra, I. G. N. A., Rustiarini, N. W., & Dewi, N. P. S. (2022). 1. +I+Gusti+Ngurah+Agung+Dharmaputra Ni+Wayan+Rustiarini-2141- 2149. *Jurnal Karma (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 2(1), 2022.
- Himawan, H. M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Go Public di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Universitas Brawijaya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–37.
- Irmawati, S., & Murtianingsih. (2024). *ANALISIS DETERMINAN FAKTOR NILAI PERUSAHAAN JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 8(2), 1553–1573.
- Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 30–36.
- 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.
- Kurniawan, G. G., & Ardiansyah. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(3), 2184–2192.
- Megantari, N. P. Y., Suryandari, N. N. A., & Putra, G. B. B. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. *El Dinar*, 6(1), 64.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No(Vol. 5, No.9, 2016:5671-5694), 5671–5694.
- Nugraha, R. A., & Alfarisi, M. F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014 –2018). *Jurnal Mirai Management*, Volume 5(2), 370–377.
- Nurmansyah, A., Kristianto, G. B., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Corporate Governance Pada Industri Perbankan Di Indonesia. *Applied Research in Management and Business*, 3(1), 1–13.
- Pasaribu, A. D. F., Safrida, E., & Ratna, R. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 5(1), 1–8.
- Putra, I. W., Mangantar, M., & Untu, V. N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018 (Studi Kasus Sub Sektor Food And Beverage). *Jurnal EMBA*, 9(2), 92–100.
- Putri, S. W., & Ramadhan, Y. (2020). Pengaruh Kebijakan Dividen, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *JCA Ekonomi*, 1(1), 64–77.

- Rahayu, R., Wiska, M., & Ermawati, E. (2023). Analisis Rasio Solvabilitas (DAR, DER, TIE) Pada PT Bank Central Asia Tbk Tahun 2020-2022. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 8096–8108.
- Rivandi, M., & Petra, B. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2571–2580.
- Rohmatulloh, A. (2021). *Pengaruh likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas melalui kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan infrastruktur, utilitas, transportasi*. 11(2017), 753–769.
- Safira, F., & Widajantie, T. D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2019). *E-Bisnis Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 103–112.
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran, Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Peringkat Sukuk. *Owner: Riset & Jurnal Akuntans*, 6(2), 121–138.
- Sari, A. N., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(2), 321–335.
- Siagian, A. O., & Wijoyo, H. (2022). Leverage , Kebijakan Dividen , Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ikraith Ekonomika*, 5(2), 67–76.
- Siswanti, D. E., & Ngumar, S. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 130–151.
- Sjahruddin, H., & Jannah, N. A. N. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Niagawan*, 11(1), 1.
- Sofiatin, D. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 47–57.
- Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36–49.
- Thian, A. (2022). *Analisis Laporan Keuangan*.
- Widianingrum, H., & Dillak, V. J. (2023). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kebijakan Hutang, Pertumbuhan Perusahaan dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 41–52.
- Widyastuti, D. R., Wijayanti, A., & Masitoh, E. W. (2022). Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leveragedan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020. *Keuangan Dan Manajemen*, 18(2), 294–304.