

EKSPLORASI HUBUNGAN LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Cici Widya Prasetyandari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo

e-mail: ciciwidya@prasyandari@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Received : Oktober, 2023
Accepted : Desember, 2023
Publish online : Desember, 2023

ABSTRACT

Increasingly fierce business competition requires companies to continue to follow existing technological developments in order to maintain company survival and company value. The company's main goal is to maximize profits and company value. Measuring company value is used as an indicator of company success because increasing company value means increasing the prosperity of shareholders. This research aims to determine the effect of leverage, company size and profitability on company value. The method used is a literature review. The research results show that leverage, company size and profitability influence company value.

Key words : leverage, company size, profitability, company value

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang kian sengit menuntut perusahaan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi yang ada guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan nilai perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba dan nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan digunakan sebagai indikator keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkat pula kemakmuran para pemegang saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Metode yang digunakan adalah literature review. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan.

Kata Kunci: leverage, ukuran perusahaan, profitabilitas, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada Era 4.0 kian memanas, pasalnya pada era ini teknologi berkembang dengan sangat cepat. Perkembangan teknologi ini di ikuti oleh berbagai kalangan masyarakat, hal ini menjadikan peluang para pemilik usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Setiap perusahaan

berusaha memanfaatkan teknologi untuk memperluas bisnis, media pemasaran, sumber informasi, komunikasi, mempermudah konsumen memesan barang/jasa, pelaporan keuangan dan lain-lain. Persaingan ini menuntut perusahaan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi

yang ada guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan nilai perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2010:7) tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, hal ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran para pemegang saham. Pemegang saham merupakan kunci utama bagi kelangsungan hidup perusahaan. Pemegang saham adalah sumber modal utama bagi perusahaan yang telah go public. Pada umumnya Perusahaan go public memperoleh modal dari menerbitkan saham perusahaan. Sehingga, kepemilikan perusahaan berdasarkan dengan jumlah saham yang dimiliki oleh masing-masing investor. Selain saham, perusahaan juga dapat memperoleh modal dari hutang. Tentunya, porsi hutang dan modal harus tepat agar perusahaan tidak mengalami kesulitan keuangan.

Nilai perusahaan menurut Hery (2017:5) merupakan suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh (Prasetyandari, 2021).

Leverage adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap Maryam (2014). Menurut Fahmi (2015:106) Rasio leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Perusahaan yang memiliki hutang yang lebih besar daripada modal sendiri dapat dikatakan sebagai perusahaan sedang berada pada tingkat leverage yang tinggi. Semakin tinggi nilai leverage maka semakin tinggi pula risiko perusahaan mengalami gagal bayar. Sebaliknya, semakin rendah nilai leverage semakin baik pula kondisi perusahaan. Kondisi perusahaan yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan para investor terhadap perusahaan, hal ini akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Factor lain yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas. Ukuran perusahaan merupakan

ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Brigham & Houston, 2013:4). Perusahaan dikatakan besar apabila memiliki total asset dan laba yang besar dan meningkat setiap tahunnya. Total asset menggambarkan keseluruhan harta yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar asset yang dimiliki maka perusahaan di anggap sebagai perusahaan besar. Selain asset, ukuran perusahaan juga dapat dilihat dari penjualan/ pendapatan setiap tahunnya. Meningkatnya asset perusahaan harus di imbangi dengan penjualan yang semakin meningkat. Perusahaan yang mampu meningkatkan penjualan setiap tahunnya maka akan mendapatkan kesempatan memperoleh laba yang besar.

Laba besar bagi setiap perusahaan merupakan hal yang harus selalu di impikan dan dikejar. Dengan adanya laba perusahaan dapat memperluas usaha, mambah produk baru dan membagikannya dalam bentuk dividen kepada para pemegang saham. Semakin besar total asset, pendapatan dan laba yang dimiliki menggambarkan besarnya perusahaan tersebut. Sehingga, hal ini akan menarik tingkat kepercayaan masyarakat dan para investor serta mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas menurut (Kasmir 2019:114) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dalam suatu periode tertentu. Perusahaan yang baik harus memiliki kemampuan besar dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan mengidentifikasi bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba dengan baik (Prasetyandari, 2022). Sebaliknya, semakin kecil nilai rasio profitabilitas maka kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba rendah. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba merupakan factor yang penting untuk menilai perusahaan. Besar dan kecilnya profitabilitas akan mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

LITERATUR REVIEW

Nilai Perusahaan adalah hal yang penting bagi perusahaan, karena hal ini berkaitan dengan persepsi pihak eksternal tentang kondisi Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun,

yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Hery, 2017;5).

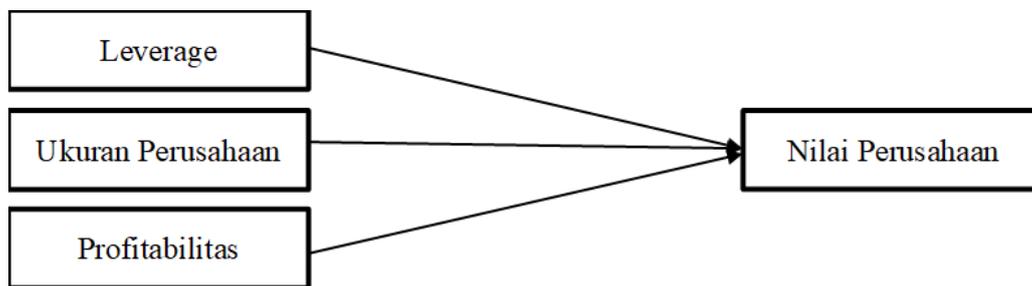
Menurut Fahmi (2015:106) Rasio leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Leverage atau biasa disebut sebagai rasio hutang merupakan gambaran seberapa mampu Perusahaan membayar kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan yang mampu membayar kewajiban jangka panjangnya maka akan memiliki kinerja keuangan yang baik.

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba,

beban pajak dan lain-lain (Brigham & Houston, 2013:4).

Profitabilitas menurut (Kasmir 2019:114) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dalam suatu periode tertentu. Perusahaan yang baik harus memiliki kemampuan besar dalam menghasilkan laba.

Hubungan leverage, ukuran perusahaan, profitabilitas dan nilai perusahaan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Hubungan Leverage, ukuran Perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan [Sumber: data diolah peneliti, 2023]

METODE PENELITIAN

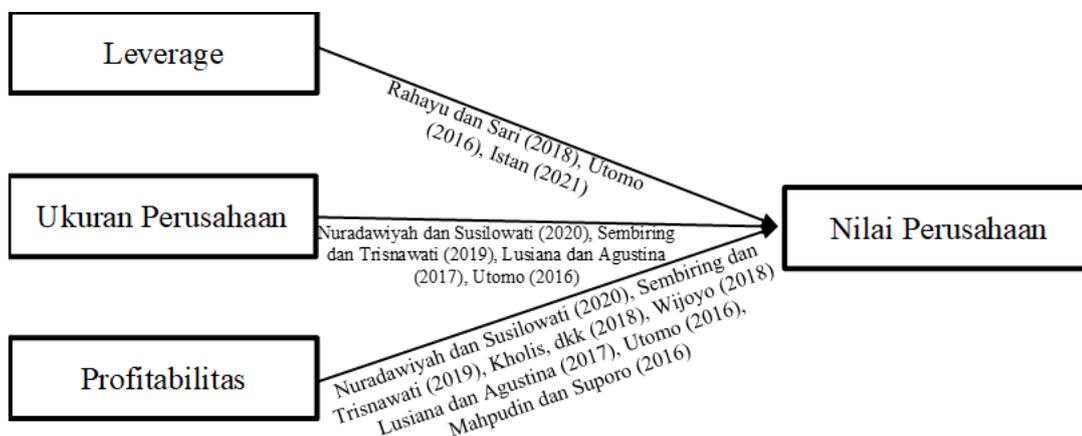
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah literature review. Menurut Snyder (2019) mengatakan literature review adalah sebuah metodologi penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengambil intisari dari penelitian sebelumnya serta menganalisis beberapa overview para ahli yang tertulis dalam teks. Penelitian ini mengumpulkan buku, jurnal, dan referensi lain terkait penelitian dan dikaji ulang. Adapun tahap penelitian ini adalah 1) merancang

ulasan, 2) melakukan tinjauan, 3) analisis dan 4) menulis ulasan (Snyder, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menggunakan literatur review. Peneliti menganalisis hasil penelitian terdahulu berupa artikel, jurnal dan buku. Hasil analisis dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hubungan Lverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

[Sumber: data diolah peneliti, 2023]

Gambar 2 menunjukkan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Hal tersebut diungkapkan oleh Rahayu dan Sari (2018), Utomo (2016), dan Istan (2021). Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan diungkapkan oleh Nuradawiyah dan Susilowati (2020), Sembiring dan Trisnawati (2019), Lusiana dan Agustina (2017), Utomo (2016). Hubungan Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan juga memiliki pengaruh yang signifikan, hal ini diungkapkan oleh Nuradawiyah dan Susilowati (2020), Sembiring dan Trisnawati (2019), Kholis, dkk (2018), Wijoyo (2018), Lusiana dan Agustina (2017), Utomo (2016), Mahpudin dan Suporo (2016).

Pembahasan

1. Hubungan Leverage terhadap nilai perusahaan

Leverage Menurut Kasmir (2014:153) adalah rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktifitas perusahaan dibiayai dengan utang. Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka panjangnya. Hutang dalam sebuah perusahaan merupakan sebuah kebutuhan, hal ini wajar dilakukan oleh perusahaan karena perusahaan membutuhkan modal untuk mengembangkan bisnisnya. Porsi hutang yang baik adalah tidak lebih besar dari pada modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. Modal sendiri bagi perusahaan yang telah go public berasal dari para pemegang saham.

Perusahaan yang memiliki hutang harus mampu memenuhi kewajibannya dengan baik. Rasio leverage berfokus pada kemampuan perusahaan dalam membayar hutang jangka Panjang. Apabila perusahaan mampu membayar hutang jangka Panjang dengan baik, maka hutang jangka pendek pun akan terselesaikan dengan baik. Perusahaan mempunyai porsi hutang lebih kecil dari pada modal dan mampu membayar seluruh kewajiban jangka panjangnya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar leverage maka perusahaan memiliki risiko gagal bayar yang tinggi. Artinya, perusahaan harus mampu mengelola hutang dengan baik agar rasio leverage tidak menunjukkan nilai yang tinggi. Semakin besar nilai rasio leverage akan semakin buruk nilai perusahaan. sebaliknya, semakin rendah rasio leverage maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahayu dan Sari (2018), Utomo (2016), Istan (2021) menyatakan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. artinya, tinggi dan rendahnya leverage akan mempengaruhi tinggi

dan rendahnya pula nilai perusahaan. Penelitian Utomo (2016) menunjukkan bahwa rasio leverage diukur dengan menggunakan DER dengan hasil positif signifikan. Hubungan positif antara leverage dengan nilai perusahaan diartikan bahwa peningkatan ratio DER pada struktur modal akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Istan (2021) juga menunjukkan bahwa leverage keuangan secara statistik berpengaruh positif dan signifikan kurang dari 1% terhadap nilai perusahaan. artinya, apabila nilai rasio leverage tinggi maka nilai perusahaan juga akan tinggi. Sebaliknya, apabila rasio leverage rendah, maka nilai perusahaan juga semakin rendah.

2. Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

Gambar 2 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan nilai total aktiva atau penjualan bersih atau nilai ekuitas (Hartono, 2016:685). Nilai perusahaan menurut Hery (2017:5) merupakan suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun. Nilai perusahaan merupakan factor utama yang perlu diperhatikan bagi setiap perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi akan mampu mensejahterakan para pemegang saham. Ukuran perusahaan merupakan salah satu factor yang mempengaruhi nilai perusahaan. semakin besar ukuran perusahaan akan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Perusahaan dengan ukuran yang besar dapat dinilai berdasarkan total asset, penjualan dan laba yang dimiliki. Total asset merupakan gambaran harta yang dimiliki perusahaan, semakin banyak harta perusahaan maka perusahaan tergolong perusahaan besar, tentunya hal ini akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Perusahaan besar lebih mudah memperoleh kepercayaan masyarakat, kreditur, calon investor dan para investor, sehingga mereka akan mudah memperoleh dana guna mengembangkan bisnisnya. Perusahaan besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang tinggi karena mereka telah memiliki manajemen yang professional untuk mengelola usahanya. Pengalaman dan profesionalisme yang dimiliki oleh manajemen perusahaan akan membawa perusahaan semakin mau dan berkembang, sehingga perusahaan terus meningkatkan nilai perusahaannya.

Ukuran perusahaan dapat pula diukur melalui pendapatan/ penjualan dan laba bersih yang

diperoleh oleh perusahaan. Pendapatan berasal dari penjualan barang/ jasa kepada konsumen. Semakin tinggi penjualan maka semakin tinggi pula laba yang didapatkan oleh perusahaan. Hal ini tentu akan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dengan pendapatan yang tinggi berarti mampu menjual barang dan jasanya dengan baik, perusahaan mampu mempromosikan produknya dan mendapat kepercayaan dari masyarakat. Tingkat penjualan yang tinggi menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

Penelitian Nuradawiyah dan Susilowati (2020), Sembiring dan Trisnawati (2019), Lusiana dan Agustina (2017), Utomo (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nuradawiyah dan Susilowati (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dihitung dengan total asset berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi ukuran perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan. Sebaliknya, semakin kecil ukuran perusahaan maka akan menyebabkan tingginya nilai perusahaan. Berdasarkan teori keagenan (agency theory), ukuran perusahaan yang besar akan menimbulkan biaya keagenan yang lebih besar pula. Sehingga menyebabkan menurunnya nilai perusahaan.

Penelitian Sembiring dan Trisnawati (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi ukuran perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi keuangan yang stabil, sehingga menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hal ini menyebabkan naiknya harga saham dan nilai perusahaan. Perusahaan dengan harga saham yang terus meningkat dianggap memiliki nilai perusahaan yang besar.

Lusiana dan Agustina (2017) dan Utomo (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan setiap investor mempunyai pandangan yang berbeda-beda dalam mengambil keputusan. Total asset bukan satu-satunya penentu bahwa perusahaan dalam kondisi yang sehat. Investor cenderung memiliki pertimbangan lain, seperti kebijakan manajemen perusahaan, kebijakan dividen dan keseluruhan dari laporan keuangan perusahaan.

3. Hubungan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai

perusahaan. Laba merupakan salah satu hal yang selalu di perhatikan oleh setiap perusahaan. Laba yang tinggi menyebabkan nilai perusahaan naik. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba dengan baik setiap periodenya, memiliki kesempatan untuk mengembangkan bisnis dan mensejahterakan para pemegang saham.

Laba yang diperoleh perusahaan akan dibagi menjadi dua, yakni laba ditahan dan laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk dividen. Laba ditahan akan digunakan untuk mengembangkan bisnis berupa inovasi produk, perluasan produk, perluasan lahan, pembukaan cabang baru dan lain-lain. Perusahaan yang memiliki laba besar dan meningkat setiap tahun akan mendapat kepercayaan dari masyarakat dan para investor bahwa perusahaan memiliki manajemen yang profesional untuk mengelola usahanya.

Laba yang dibagikan dalam bentuk dividen merupakan imbalan yang diterima para investor karena telah berinvestasi pada perusahaan. Semakin banyak lembar saham yang mereka miliki, maka akan semakin besar pula dividen yang akan diperoleh. Keputusan besaran laba dibagikan dan laba ditahan harus tepat serta menguntungkan bagi pihak perusahaan maupun investor. Manajemen perusahaan pada umumnya menginginkan seluruh laba ditahan agar bisnis dapat berkembang dengan pesat. Namun, para pemegang saham pada umumnya menginginkan bahwa laba perusahaan akan dibagikan dalam jumlah yang besar, sehingga para pemegang saham mendapatkan keuntungan yang besar. Konflik inilah yang mendorong setiap perusahaan agar mampu menjual barang/ jasa sebanyak banyaknya dan menekan biaya operasional perusahaan secara efektif. Sehingga, laba yang dihasilkan oleh perusahaan besar dan keinginan kedua belah pihak akan terpenuhi.

Bagi perusahaan go public mereka diwajibkan untuk mempublikasikan laporan keuangan setiap periode akuntansi, sehingga besaran laba dapat diketahui oleh berbagai pihak seperti masyarakat, pemerintah, akademisi, kreditur, investor dan pihak-pihak lain. Histori laporan keuangan perusahaan go public akan terekam pada website bursa efek Indonesia. Perusahaan yang mampu meningkatkan laba setiap tahunnya dinilai memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi.

Penelitian Nuradawiyah dan Susilowati (2020), Sembiring dan Trisnawati (2019), Kholis, dkk (2018), Wijoyo (2018), Lusiana dan Agustina (2017), Utomo (2016), Mahpudin dan Suporo (2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengukuran profitabilitas pada umumnya menggunakan rasio Return On Assets (ROA). Artinya semakin tinggi ROA

yang dihasilkan maka akan semakin tinggi nilai perusahaan dan sebaliknya semakin rendah ROA maka semakin rendah pula nilai perusahaan. ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba diukur dari total assetnya. Nilai ROA yang tinggi berarti perusahaan telah mampu mengoptimalkan asset-asetnya untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi nilai ROA semakin tinggi pula kinerja suatu perusahaan. Hal inilah yang menyebabkan harga saham naik dan nilai perusahaan meningkat.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Persaingan bisnis para era 4.0 sangat ketat, hal ini menuntut perusahaan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi yang ada guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan nilai perusahaan. Tujuan berdirinya sebuah perusahaan adalah memaksimalkan laba dan nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan digunakan sebagai indikator keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkat pula kemakmuran para pemegang saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran diantaranya; setiap perusahaan yang sudah go publick harus meningkatkan kinerja keuangan, sehingga meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat terjun langsung kedalam sebuah perusahaan, sehingga mendapatkan data primer dan real yang terjadi pada suatu perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amin Wijoyo. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Proferty dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi*. Volum XXIII. No. 01, 2018.
- [2] Annisa Nuradawiyah dan Susi Susilawati. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Indeks LQ45). *JURNAL AKUNTANSI*, Vol. 9, No. 2. Hal 218-232. <https://doi.org/10.37932/ja.v9i2.154>
- [3] Brigham, E F., dan Houston, J F., 2013, *Dasar – dasar manajemen keuangan*, edisi kesebelas, salemba empat, Jakarta
- [4] Brigham, Eugene F. Dan J.F. Houston. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- [5] Fahmi, Irham. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- [6] Hartono, Jogiyanto. 2016. *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. 10th ed. Yogyakarta: BPFE UGM.
- [7] Hartono, Jogiyanto. 2016. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta
- [8] Hery. 2017. *Auditing dan Asurans*. Jakarta. Grasindo.
- [9] Kasmir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, cetakan ke-7. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [10] _____. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [11] _____. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua belas. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- [12] Kholis, Nur., Sumarwati, Eka Dewi., & Mutmainah, Hestin. 2018. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 16 (1), 19-25.
- [13] LUSIANA, DEWI, and DEWI AGUSTINA. 2018. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan”. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 19 (1), 81-91. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1.67>
- [14] Mahpudin, Endang dan Suparno, 2016, “Faktor Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”, *JRKA Volume 2 Isue 2*, hal. 56-75. Maryam, Siti. (2014). Analisis pengaruh firm size, growth, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia). *Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Hasanudin : Makassar*.
- [15] Muhammad Istan. 2021. Pengaruh Kebijakan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. Vol 4 No 5. Hal 895-911.
- [16] Nanang Ari Utomo. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Indeks Lq45 Di Bursa Efek Indonesia. *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*. Vol. 5, No. 1. Hal: 82- 94.
- [17] Prasetyandari, C. W. (2021). Hubungan Sales Growth dan Nilai Perusahaan Serta Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v7i1.382>

- [18] Prasetyandari, Cici Widya. Kajian Teoritis Hubungan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Vol 1. No 1. Hal 33-38, 2022.
- [19] Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *IKRAITH-HUMANIORA*, 2(1), 69-76.
- [20] Sembiring, Selvi, and Ita Trisnawati. 2020. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan". *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 21 (1a-2), 173-84. <https://doi.org/10.34208/jba.v21i1a-2.754>.
- [21] Snyder, H. Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, pp.333-339, 2019.