

LEVERAGE DAN PROFITABILITAS, MANAKAH YANG PALING MENINGKATKAN NILAI PERUSAHAAN?

FIDELIA NATASYA
YULIUS KURNIA SUSANTO
DICKY SUPRIATNA

Trisakti School of Management, Grogol, Jakarta Barat, DKI Jakarta, Indonesia
yulius@tsm.ac.id (correspondence author)

Received: March 01, 2026; Revised: March 26, 2026; Accepted: April 01, 2026

Abstract: This study aims to provide empirical evidence on the influence of firm size, leverage, earnings per share, sales growth, firm age, managerial ownership, dividend policy, and profitability on firm value. The object of this research is all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange, for the period 2021 to 2023. The sample selection method is purposive sampling with a total of 46 companies or 138 data used as samples in this study. The analysis was conducted using multiple linear regression. The findings indicate that leverage, sales growth, firm age, and profitability have an effect on firm value. This study uses the age of the company as one of the determinants of the firm's value. High leverage indicates that the company has strong ability to repay debt and utilize it to optimize operations, thereby attracting investors and enhancing the company's value. The longer the firm age, the more it can increase investor confidence in its stability, thereby raising the company's value. Higher profitability serves as a positive signal to investors, indicating promising prospects for the company, which ultimately enhances firm value. In addition, firm size, earnings per share, managerial ownership, and dividend policy do not affect the company's value.

Keywords: Firm value, leverage, profitability, eps, managerial ownership, dividend policy

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan, leverage, earnings per share, pertumbuhan penjualan, umur perusahaan, kepemilikan manajerial, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan periode 2021 sampai 2023. Metode pemilihan sampel yaitu purposive sampling dengan jumlah 46 perusahaan atau 138 data yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage, pertumbuhan penjualan, umur perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan umur perusahaan sebagai salah satu penentu dari nilai perusahaan. Leverage yang semakin tinggi menunjukkan perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam membayar utang dan menggunakan utang untuk mengoptimalkan operasional, sehingga menarik minat investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Umur perusahaan yang semakin lama dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap kemapanannya, sehingga turut meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang semakin tinggi menjadi sinyal positif yang menarik investor karena menunjukkan perusahaan memiliki prospek yang baik sehingga akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan, earnings per share, kepemilikan manajerial, dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai perusahaan, leverage, profitabilitas, eps, kepemilikan manajerial, kebijakan dividen

PENDAHULUAN

Di tengah zaman yang terus berkembang dengan pesat, investasi kini telah menjadi salah satu topik yang populer dan semakin ramai dibicarakan, bahkan menarik untuk berbagai kalangan atau lapisan masyarakat. Hal tersebut didukung oleh pernyataan yang disampaikan melalui *Press Release* PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2023, yang mencatat adanya pencapaian positif dalam perkembangan pasar modal di Indonesia. *Press Release* menyatakan bahwa terdapat pencapaian positif yang salah satu indikatornya adalah peningkatan minat masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal Indonesia. Berdasarkan data yang disampaikan, jumlah investor di Indonesia meningkat drastis dari 1,85 juta investor menjadi 12,16 juta investor (www.idx.co.id). Lonjakan minat masyarakat terhadap investasi tersebut tentunya didukung oleh berbagai faktor.

Ketersediaan teknologi yang canggih turut berkontribusi dalam mendorong minat masyarakat dan perusahaan untuk terlibat dalam aktivitas investasi dengan memberikan kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi. Oleh karena itu, perusahaan yang telah terdaftar dalam bursa berupaya untuk dapat memberikan informasi terkait keadaan operasinya kepada publik sebanyak-banyaknya untuk menjadi landasan dalam pengambilan keputusan investasi (Ghani et al., 2023). Widhiastuti (2022) menyatakan bahwa sebelum melakukan aktivitas investasi, baik dalam pasar modal maupun investasi lainnya, investor tentunya akan mengumpulkan informasi yang berkaitan untuk pengambilan keputusan investasinya sebanyak mungkin, termasuk informasi tentang nilai perusahaan. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memahami pentingnya menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan agar dapat bersaing untuk mendapatkan kepercayaan investor sehingga menarik investor untuk memberikan suntikan dana.

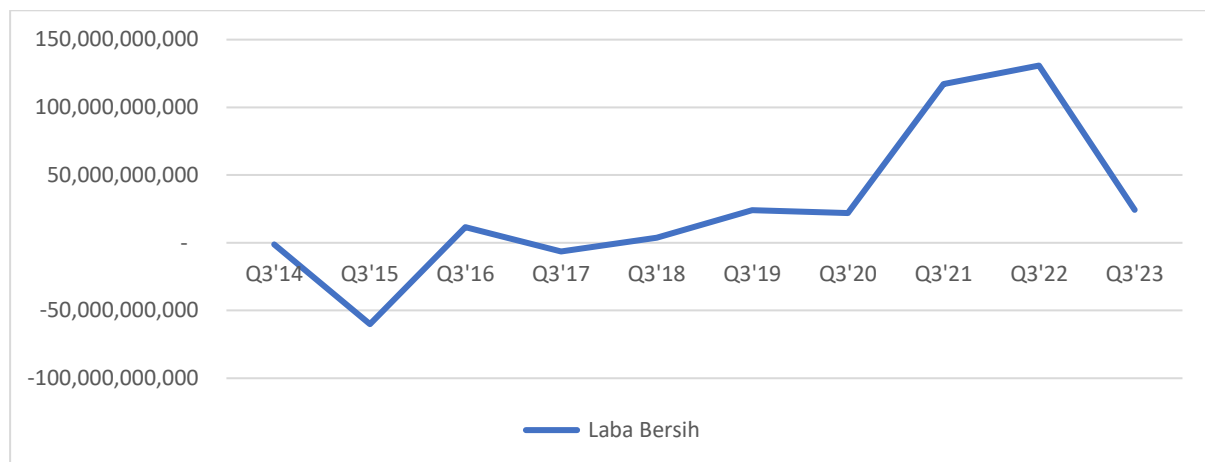
Ghani et al. (2023) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan mampu mencerminkan kinerja saat ini dan juga kemungkinan masa depan sehingga perusahaan yang memiliki nilai yang kuat akan mampu menarik minat investor. Selain itu, Musa dan Yahaya (2023) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan apa yang berguna bagi pemangku kepentingan dimana angka tersebut tercermin dari harga saham perusahaan itu. Jika nilai perusahaan tinggi maka pemangku kepentingan dapat mempercayai perusahaan dan menginvestasikan modal pada perusahaan. Sebaliknya, nilai perusahaan yang rendah akan membuat pemangku kepentingan ragu untuk menginvestasikan modalnya dan nantinya akan menjadi sinyal turunnya harga saham yang membuat nilai perusahaan ikut terpuruk.

Ilhamsyah dan Soekotjo (2017) menyatakan bahwa nilai perusahaan menggambarkan seberapa besar harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Penilaian tersebut seringkali didasarkan pada harga saham perusahaan, yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi juga nilai perusahaan, yang menandakan tingkat kesejahteraan pemegang saham yang lebih baik pula. Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya menarik minat calon pembeli untuk berinvestasi, tetapi juga turut mendorong para investor yang sudah ada untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan investasinya.

Terdapat beberapa fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan, salah satunya yang belum lama terjadi adalah PT. Suparma Tbk (SPMA) yang merupakan salah satu perusahaan kertas terkemuka di Indonesia. Harga saham PT. Suparma Tbk mengalami penurunan yang tajam sebesar 52,9% menjadi Rp 354 per saham sehingga menimbulkan rasa khawatir di kalangan investor. PT. Suparma Tbk mengalami penurunan harga saham secara

signifikan bersamaan dengan penurunan laba bersih sebesar 81,6% pada kuartal-III 2023 yang merupakan titik terendah sejak kuartal-III 2020. Meskipun terdapat peningkatan kuantitas penjualan kertas sebesar 2% (dari 153.992 ton menjadi 156.995 ton), penjualan bersih tetap mengalami pelemahan karena penurunan harga jual rata-rata produk sebesar 18,5%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa produk SPMA tidak memiliki keunggulan kompetitif

dibandingkan dengan pesaingnya. Kondisi tersebut menjadi tekanan yang berat sekaligus tantangan yang serius karena berkaitan dengan kinerja perusahaan yang dapat berdampak pada menurunnya nilai perusahaan di mata investor (www.cnbcindonesia.com). Gambar 1 menunjukkan kinerja finansial PT. Suparma Tbk, yaitu terkait laba bersih perusahaan dalam beberapa periode terakhir (www.stockbit.com).



Gambar 1 Kinerja Finansial PT. Suparma Tbk

Penelitian Regina dan Harjanto (2022) yang berjudul *Factors Affecting Firm Value in Indonesian Manufacturing Companies* menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bon dan Hartoko (2022) melalui penelitiannya menunjukkan bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Subing dan Susiani (2019) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, kepemilikan manajerial dan *earnings per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Peneliti melakukan penelitian yang merupakan replikasi sekaligus pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Regina dan Harjanto (2022). Penelitian ini dirancang dengan beberapa perbedaan yang membedakannya dari penelitian yang dilakukan Regina dan Harjanto (2022). Perbedaan-perbedaan tersebut meliputi periode penelitian, dimana penelitian Regina dan Harjanto (2022) dilakukan atas periode 2018 sampai dengan 2020, sedangkan penelitian ini dilakukan atas periode 2021 sampai dengan 2023. Selain itu, penelitian Regina dan Harjanto (2022) menggunakan 4 variabel, yaitu pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas. Sedangkan, penelitian ini menggunakan 8 variabel, yaitu pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan (Regina & Harjanto, 2022), *leverage* (Bon dan Hartoko 2022), *earnings per share* (Anton et al., 2023),

umur perusahaan (Harsono dan Susanto 2023), kepemilikan manajerial (Adi dan Kurniasih 2023), kebijakan dividen (Saputri dan Bahri 2021), dan profitabilitas (Nafiah dan Setiawati 2023). Penambahan variabel dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel-variabel tambahan tersebut terhadap nilai perusahaan.

Triani dan Tarmidi (2019) menyatakan bahwa teori sinyal menyoroti adanya kondisi ketidakseimbangan atau asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan atau investor, dimana manajemen perusahaan tentunya memiliki lebih banyak informasi terkait kondisi perusahaan dibandingkan para investor. Sedangkan, sebelum mengambil keputusan investasi, tentunya investor membutuhkan informasi kinerja perusahaan untuk melakukan analisis terkait keadaan perusahaan dan menilai prospek perusahaan yang bersangkutan di masa depan. Oleh karena itu, informasi yang akurat, lengkap, relevan, dan tepat waktu menjadi suatu hal yang sangat penting bagi seorang investor dalam mengambil keputusan investasi (Octaviani, 2023).

Mengingat pentingnya informasi tersebut, maka manajemen perusahaan akan secara sukarela memberikan informasi kepada investor untuk membantu mereka dalam mengambil keputusan investasi. Selain itu, informasi akuntansi juga mempengaruhi nilai perusahaan dan digunakan untuk menunjukkan bagaimana nilai perusahaan tersebut (Godfrey *et al.* 2010, 375).

Saat informasi akuntansi perusahaan dipublikasikan dan diterima oleh pasar, mereka akan melakukan analisis dan penafsiran apakah informasi tersebut mengindikasikan berita yang baik atau buruk. Ketika investor menangkap bahwa sinyal yang diberikan oleh perusahaan menunjukkan sinyal positif atau kabar baik maka akan menyebabkan peningkatan pada harga saham perusahaan dan nilai perusahaan. Begitu juga sebaliknya, jika investor menangkap bahwa informasi yang diberikan perusahaan

mengindikasikan sinyal buruk maka harga saham dan nilai perusahaan akan menurun (Octaviani, 2023).

Sebagaimana dinyatakan oleh Jensen dan Meckling (1976) bahwa hubungan keagenan akan timbul ketika terdapat kontrak dimana satu orang atau lebih (prinsipal) melibatkan orang lain (agen) dalam melakukan suatu layanan atas nama mereka. Dalam hal ini, prinsipal mengacu kepada pemegang saham atau investor dan agen mengacu kepada manajemen atau perusahaan. Pemegang saham ingin manajer dapat mengambil keputusan dan menjalankan perusahaan dengan baik sehingga dapat mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan nilai perusahaan yang pada akhirnya turut meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Namun, seringkali manajer mengejar kepentingannya sendiri untuk memperoleh keuntungan yang maksimal dan tidak didasarkan pada kepentingan untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Perbedaan tujuan itu seringkali menyebabkan timbulnya konflik kepentingan antara prinsipal dan agen, yang dikenal dengan sebutan konflik keagenan (Sudiyatno *et al.*, 2020). Cara pemegang saham (prinsipal) mengatasi hal tersebut adalah dengan mengeluarkan biaya pengawasan yang disebut biaya keagenan untuk melakukan peninjauan sistematis terhadap manajer.

Semakin besar saham yang dimiliki oleh pemegang saham maka perusahaan semakin memiliki ketergantungan dengan mereka sehingga semakin besar juga kendali yang dimiliki untuk memaksa perusahaan berjalan secara optimal. Selain itu, manajer yang juga memiliki saham atas perusahaan tersebut tentu akan memaksimalkan seluruh kemampuannya dalam membuat keputusan pendanaan, investasi, dan lainnya untuk mencapai kinerja perusahaan yang maksimal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan adanya kedudukan yang sejajar antara manajer dan pemegang saham. Ketika kinerja perusahaan

dapat memenuhi harapan pemegang saham maka mereka akan menilai bahwa perusahaan layak untuk mendapatkan nilai yang tinggi (Sahrul dan Novita 2020).

Dalam menjalankan aktivitas operasional, tentunya setiap perusahaan memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut terbagi menjadi dua, yaitu tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah memanfaatkan segala sumber daya yang ada untuk mencapai keuntungan yang maksimal, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Saputri dan Bahri 2021). Ifada *et al.* (2019) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai persepsi dari investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham perusahaan tersebut. Kenaikan harga saham perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan, dimana mereka bersedia membayar lebih dengan harapan dapat memperoleh *return* yang lebih tinggi juga.

Putri (2020) menyatakan bahwa tujuan akhir dari manajer keuangan adalah memberikan kesejahteraan atau kemakmuran bagi pemegang saham sehingga manajer keuangan harus mampu mengambil keputusan yang tepat untuk mendapatkan kinerja yang maksimal. Informasi terkait kinerja perusahaan harus dibagikan kepada investor. Oleh karena itu, semakin baik kinerja dan prospek masa depan perusahaan maka semakin tinggi pula harga saham perusahaan dan tingkat kemakmuran pemegang saham. Hal tersebut menjadi sinyal positif bagi investor dan akan mendorong mereka untuk berinvestasi pada perusahaan yang mengakibatkan tingginya permintaan dan harga saham yang turut mencerminkan peningkatan pada nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Sudiyatno *et al.* (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah variabel, skala, maupun ukuran yang digunakan untuk

menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang didasarkan atas beberapa faktor seperti total aset, total pendapatan, total penjualan, total modal, nilai pasar, dan lain-lainnya. Ukuran perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil (Romadhani *et al.* 2020).

Asimetri informasi yang terjadi pada perusahaan besar cenderung lebih sedikit dan tingkat pertumbuhan penjualannya pun tinggi sehingga perusahaan besar lebih mudah dalam memperoleh sumber pendanaan dan lebih mudah juga dalam membiayai investasinya. Oleh karena itu, biasanya perusahaan dengan skala besar lebih dapat menarik minat para investor sehingga nantinya akan berdampak juga pada nilai perusahaan tersebut (Reschiwati *et al.* 2020).

Selain itu, Romadhani *et al.* (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan juga menjadi acuan bagi investor untuk mengambil keputusan terkait aktivitas investasi yang akan dilakukan. Ukuran perusahaan memberikan kemudahan bagi investor untuk melihat dan mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh modal dan keuntungan, dimana hal itu dapat mencerminkan nilai perusahaan tersebut. Dengan demikian, seharusnya peningkatan pada ukuran perusahaan akan turut menimbulkan peningkatan pada nilai perusahaan. Namun, nyatanya perusahaan dengan ukuran besar sekalipun belum tentu memiliki nilai perusahaan yang tinggi dan begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, perusahaan tetap harus mampu mengelola aktivitas operasional dan pendanaan dengan tepat untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi di mata investor.

Penelitian yang dilakukan oleh Husna dan Satria (2019), Trijunianto *et al.* (2019), serta Nurhaiyani (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Tjhai dan Sinurat (2022) serta Susanti dan Restiana (2018) menyatakan

bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Bon dan Hartoko (2022), Azzahra dan Lekok (2023), Regina dan Harjanto (2022), Nafiah dan Setiawati (2023), serta Yumiasih dan Isbanah (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan adanya perbedaan dalam hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Leverage dan Nilai Perusahaan

Leverage didefinisikan sebagai dampak dari biaya tetap (seperti biaya operasional atau biaya finansial) terhadap keuntungan atau *return* yang diperoleh oleh pemegang saham. Semakin tinggi biaya tetap yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin besar *leverage* perusahaan yang pada akhirnya turut memperbesar keuntungan dan risiko perusahaan. *Leverage* memberikan dampak yang besar terhadap perusahaan sehingga penting bagi manajer keuangan untuk memahami bagaimana mengukur dan mengevaluasi *leverage* ketika akan membuat keputusan (Zutter dan Smart 2019, 603).

Kanta *et al.* (2021) menyatakan bahwa *leverage* memberikan gambaran terkait bagaimana aset yang dimiliki perusahaan dibiayai dengan hutang perusahaan. Tentunya semakin besar *leverage* perusahaan maka semakin besar juga tingkat risiko investasi yang ditunjukkan. Tingkat *leverage* yang terlalu tinggi akan mengakibatkan nilai perusahaan menurun sehingga membuat investor berpikir lebih panjang lagi untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, *leverage* yang terlalu besar dikatakan kurang baik bagi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bon dan Hartoko (2022), Ermawati *et al.* (2023), serta Azzahra dan Lekok (2023) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Kanta *et al.* (2021) menyatakan bahwa *leverage*

berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Regina dan Harjanto (2022), Afandi dan Jonathan (2022), Nurhaiyani (2019), Saputri dan Bahri (2021), serta Yumiasih dan Isbanah (2017) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan adanya perbedaan dalam hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Earnings per Share dan Nilai Perusahaan

Earnings per share menunjukkan pendapatan yang akan diperoleh dari setiap lembar saham biasa, sehingga biasanya calon investor dan para pemegang saham akan menggunakan data terkait *earnings per share* untuk melakukan evaluasi terhadap profitabilitas dari suatu perusahaan (Kieso *et al.* 2020, 1273). Namun, *earnings per share* tersebut bukan angka yang dapat dibandingkan secara berarti oleh analis antar perusahaan karena tentunya setiap perusahaan memiliki jumlah saham biasa beredar yang berbeda-beda (Zutter dan Smart 2019, 153).

Manajemen perusahaan menggunakan rasio *earnings per share* untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan untuk pemegang saham (Ermawati *et al.*, 2023). Perusahaan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dengan meningkatkan laba perusahaan. Ketika perusahaan berhasil mencapai laba yang tinggi maka *earnings per share* perusahaan juga semakin tinggi dan menjadi sinyal positif bahwa perusahaan mampu mensejahterakan pemegang saham sehingga pada akhirnya akan berdampak pada nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ekaprastyana dan Anwar (2017) menyatakan bahwa *earnings per share* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ermawati *et al.* (2023) serta Anton *et al.* (2023) menyatakan bahwa *earnings per share* berpengaruh negatif terhadap nilai

perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Indriawati (2018), Maulidina *et al.* (2021), serta Subing dan Susiani (2019) menyatakan bahwa *earnings per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan adanya perbedaan dalam hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Earnings per share* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan Penjualan dan Nilai Perusahaan

Azzahra dan Lekok (2023) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan peningkatan jumlah penjualan dari periode ke periode atau dari tahun ke tahun yang menjadi gambaran keberhasilan investasi perusahaan di periode yang lalu sehingga dapat menjadi tolak ukur penjualan di waktu yang akan datang. Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan adanya pertumbuhan penjualan, yaitu perubahan harga, perubahan volume, akuisisi atau divestasi, dan perubahan nilai tukar (Subramanyam, 2016).

Perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan pendapatan dan laba dengan maksimal melalui penjualan produk secara efektif dan efisien. Investor pada umumnya tertarik dengan perusahaan yang konsisten menunjukkan adanya pertumbuhan penjualan karena pertumbuhan penjualan memberikan keuntungan yang maksimal, perusahaan mampu menutupi biaya operasional, dan mengindikasikan perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik di waktu yang akan datang karena dapat mempertahankan keuntungan perusahaan. Tentunya, hal tersebut merupakan sinyal positif bagi investor yang mendorong mereka untuk menanamkan modal atau meningkatkan kepemilikan saham di perusahaan tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi pertumbuhan penjualan perusahaan maka semakin tinggi kepercayaan

investor terhadap perusahaan sehingga mendorong tingginya permintaan dan pembelian saham yang mengakibatkan peningkatan harga saham dan juga nilai perusahaan (Putri 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Adnyani dan Suaryana (2020) serta Kurniawati dan Anggraini (2023) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Astutik (2017), Azzahra dan Lekok (2023), Atiningsih dan Wahyuni (2020), serta Rasyid dan Emanuel (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Inne *et al.* (2021), Mutiara *et al.* (2022), Sony dan Suparmun (2024), serta Regina dan Harjanto (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan adanya perbedaan dalam hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Umur Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Umur perusahaan menunjukkan berapa lama perusahaan tersebut telah berdiri. Umumnya, investor dapat memperoleh lebih banyak informasi terkait perusahaan yang sudah berdiri sejak lama. Dengan banyaknya pengetahuan atau informasi yang dimiliki terkait perusahaan itu maka kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut juga menjadi semakin tinggi, sehingga akhirnya berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Susanti dan Restiana 2018).

Perusahaan dengan usia yang lebih lama berarti telah memiliki jam kerja yang lebih banyak sehingga dinilai memiliki lebih banyak pengalaman dibandingkan perusahaan baru dalam hal mengelola perusahaan. Dengan kurangnya pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan muda (perusahaan yang baru berdiri selama beberapa tahun) maka perusahaan-perusahaan tersebut dinilai lebih

rentan untuk mengalami kegagalan (Yumiasih dan Isbanah 2017). Oleh karena itu, tentunya perusahaan yang sudah berdiri lama akan mendapatkan perhatian lebih dari investor dan dapat mendorong mereka untuk berinvestasi karena perusahaan diasumsikan dapat menghasilkan laba yang tinggi dengan bekal banyaknya pengalaman dan informasi yang dimiliki.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanti dan Restiana (2018), Yulianto dan Widyasari (2020), serta Hasan dan Meidiyustiani (2023) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Harsono dan Susanto (2023), Subing dan Susiani (2019), Riyadi *et al.* (2021), serta Nafiah dan Setiawati (2023) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Anggasta dan Suhendah (2020), Fuadi *et al.* (2022), serta Nurmawati dan Fauziah (2022) menyatakan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan adanya perbedaan dalam hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kepemilikan Manajerial dan Nilai Perusahaan

Biasanya setiap perusahaan memberikan kesempatan bagi para manajer untuk dapat memiliki sejumlah persentase saham tertentu atas perusahaan (Sahrul & Novita, 2020). Riyadh *et al.* (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial mengacu pada ukuran seberapa besar saham perusahaan tersebut dimiliki oleh pihak-pihak tertentu seperti manajer, direktur, dan komisaris. Ketika proporsi kepemilikan manajerial dari saham perusahaan kurang dari 100% maka akan timbul perbedaan kepentingan antara manajemen perusahaan dan pemegang saham yang mengakibatkan terjadinya konflik keagenan (Sudiyatno *et al.*, 2020).

Adanya kepemilikan manajerial dapat menyelaraskan kepentingan antara manajemen perusahaan dan pemegang saham sehingga tindakan yang diambil akan didasarkan pada tujuan bersama. Maka, meningkatkan kepemilikan manajerial dapat menjadi solusi untuk mencegah terjadinya konflik keagenan dan mengurangi biaya keagenan. Dengan adanya kepemilikan saham tersebut, pihak manajerial juga akan lebih hati-hati dalam bertindak dan mengambil keputusan serta lebih termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Riyadh *et al.* 2022). Selain itu, Dewi *et al.* (2019) menyatakan bahwa peningkatan atau tingginya kepemilikan manajerial juga akan memberikan pemantauan yang efektif terhadap aktivitas perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati dan Setiawan (2019) serta Putranto dan Kurniawan (2018) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Fujianti *et al.* (2020) serta Rahmawati dan Garad (2023) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Subing dan Susiani (2019), Afandi dan Jonathan (2022), Indy dan Uzliawati (2023), serta Tjhai dan Sinurat (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan adanya perbedaan dalam hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆: Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan

Ketika perusahaan memperoleh laba maka perusahaan akan membuat keputusan terkait apakah laba tersebut akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan yang nantinya digunakan untuk membiayai

investasi di waktu yang akan datang. Jika perusahaan memutuskan untuk membagikan laba kepada pemegang saham sebagai dividen maka timbulah kebijakan dividen, yaitu aturan yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menentukan berapa besarnya laba yang akan dialokasikan atau dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen. Kebijakan pembagian dividen yang tinggi dapat berpengaruh pada nilai perusahaan karena hal tersebut memberikan keuntungan bagi para pemegang saham, dimana mereka dapat memperoleh keuntungan tambahan selain dari *capital gain* (Saputri dan Bahri 2021).

Sebelum melakukan investasi, tentunya investor akan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan untuk menjadi salah satu pertimbangan mereka dalam mengambil keputusan investasi. Kebijakan dividen atau informasi yang terkait dengan pembagian dividen menjadi sebuah informasi penting bagi calon investor sebelum melakukan investasi karena dividen tersebut menjadi parameter dari keberhasilan perusahaan dalam mengembalikan modal kepada investor. Pembayaran dividen umumnya akan diikuti dengan adanya kenaikan harga saham yang menjadi sinyal positif bahwa perusahaan mempunyai prospek yang relatif lebih baik untuk jangka waktu tertentu (Romadhani *et al.* 2020).

Perusahaan yang memberikan dividen berarti perusahaan tersebut berhasil memperoleh laba. Maka, semakin tinggi *dividend payout ratio*, semakin besar juga laba yang dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen, yang akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap profitabilitas perusahaan. Hal tersebut pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Afandi dan Jonathan 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Maulidina *et al.* (2021), Hasnawati dan Huzaimah (2021), serta Indriawati (2018) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Luckyardi *et al.*

(2021) serta Ilhamsyah dan Soekotjo (2017) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Bon dan Hartoko (2022), Saputri dan Bahri (2021), Tjhai dan Sinurat (2022), Trijunianto *et al.* (2019), Azzahra dan Lekok (2023), serta Nurhaiyani (2019) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan adanya perbedaan dalam hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₇: Kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Bon dan Hartoko (2022) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan sebuah alat ukur yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari kegiatan operasional perusahaan. Laba menjadi komponen yang penting bagi perusahaan dalam mengelola kinerja keuangannya (Romadhani *et al.* 2020). Perusahaan dengan kinerja yang positif akan menarik minat investor untuk berinvestasi. Hal itu terjadi karena mereka yakin bahwa di waktu yang akan datang, perusahaan dapat memperoleh laba yang lebih tinggi lagi (Putri 2020).

Informasi terkait tingkat profitabilitas menjadi sinyal yang penting dan menarik bagi investor. Investor akan memberikan respon positif terhadap perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi karena hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Respon positif yang diberikan oleh investor akan mendorong terjadinya peningkatan nilai perusahaan (Afandi dan Jonathan 2022). Oleh karena itu, ketika perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memperoleh laba, maka tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan juga akan semakin tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Regina dan Harjanto (2022), Bon dan Hartoko (2022), Ermawati *et al.* (2023), Afandi dan Jonathan

(2022), Trijuniyanto *et al.* (2019), serta Anggasta dan Suhendah (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Putranto dan Kurniawan (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Rahmaniar dan Rizky (2022) serta Fauziah dan Nurhayati (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan adanya perbedaan dalam hasil penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₈: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan periode tiga tahun, yaitu tahun 2021 sampai dengan tahun 2023. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yang telah ditetapkan. Tabel 1 di bawah ini menyajikan proses pembentukan dan penyeleksian sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan, hingga didapatkan sejumlah sampel yang akan diolah secara statistik.

Tabel 1 Hasil Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah Perusahaan	Jumlah Data
1.	Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2020 sampai dengan tahun 2023.	152	456
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak melakukan tutup buku pada 31 Desember dalam periode tahun 2020 sampai dengan tahun 2023.	(3)	(9)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan satuan mata uang rupiah dalam laporan keuangannya untuk periode 1 Januari 2020 sampai dengan 31 Desember 2023.	(26)	(78)
4.	Perusahaan manufaktur yang tidak membagikan dividen selama periode tahun 2021 sampai dengan tahun 2023.	(68)	(204)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak memperoleh laba selama periode tahun 2021 sampai dengan tahun 2023.	(9)	(27)
Jumlah Sampel Penelitian		46	138

Sumber: Data yang diolah

Nilai perusahaan merupakan penilaian investor tentang keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, yang tercermin melalui harga saham berupa penawaran dan permintaan (Regina dan Harjanto 2022). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan menggunakan skala rasio yaitu *price to book value* (PBV) (Kusumo *et al.*, 2023). Proksi untuk menghitung *price to*

book value berdasarkan penelitian Regina dan Harjanto (2022), yaitu:

$$PBV = \frac{\text{Share Price}}{\text{Book Value per Share}}$$

Book value per share dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Book Value per Share} = \frac{\text{Total Equity}}{\text{Share Outstanding}}$$

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang ditentukan

melalui pengukuran aset yang dimiliki perusahaan tersebut (Mutuara *et al.* 2022). Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan skala rasio yaitu *logaritma natural* total aset. Proksi untuk menghitung ukuran perusahaan berdasarkan penelitian Regina dan Harjanto (2022).

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan menggunakan utang (Wilson, 2020). Dalam penelitian ini, *leverage* diukur menggunakan skala rasio yaitu *debt to asset ratio* yang mengukur persentase total aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Proksi untuk menghitung *leverage* berdasarkan penelitian Bon dan Hartoko (2022).

Earnings per share menunjukkan seberapa besar *return* yang akan diperoleh oleh investor atau pemegang saham dari setiap lembar saham, sekaligus menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari penjualannya (Fathihani, 2020). *Earnings per share* diukur menggunakan skala rasio dari laba bersih terhadap jumlah lembar saham biasa yang beredar. Proksi untuk menghitung *earnings per share* berdasarkan penelitian Anton *et al.* (2023). Dalam penelitian ini, data *earnings per share* diperoleh langsung melalui laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan atau penurunan jumlah penjualan perusahaan dari tahun ke tahun. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala rasio yang menghitung pertumbuhan penjualan dengan menggunakan persentase kenaikan atau penurunan penjualan dari suatu periode ke periode selanjutnya (Azzahra dan Lekok 2023). Proksi untuk menghitung pertumbuhan penjualan berdasarkan penelitian Regina dan Harjanto (2022).

Nopita *et al.* (2023) menyatakan bahwa umur perusahaan merupakan lama berdirinya suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala interval yang mengukur tahun berdirinya perusahaan sampai tahun

penelitian. Proksi untuk menghitung umur perusahaan berdasarkan penelitian Harsono dan Susanto (2023).

Kepemilikan manajerial merupakan proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang turut serta dalam pengambilan keputusan perusahaan secara aktif (Sintyawati dan Dewi 2018). Kepemilikan manajerial menggunakan variabel dummy dengan skala nominal, yaitu 1 jika terdapat kepemilikan manajerial dalam perusahaan dan 0 jika tidak terdapat kepemilikan manajerial dalam perusahaan (Adi dan Kurniasih 2023).

Kebijakan dividen menentukan apakah keuntungan yang menjadi hak pemegang saham akan dibagikan oleh perusahaan sebagai dividen atau menjadi laba ditahan untuk diinvestasikan kembali (Luckyardi *et al.*, 2021). Dalam penelitian ini, kebijakan dividen diukur menggunakan skala rasio yaitu *dividend payout ratio* yang merupakan persentase keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada pemegang saham secara tunai. Proksi untuk menghitung kebijakan dividen berdasarkan penelitian Saputri dan Bahri (2021), yaitu:

$$DP = \frac{\text{Dividend per Share}}{\text{Earnings per Share}}$$

Dividend per Share dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Trijunianto *et al.* 2019):

$$\text{Dividend per Share} = \frac{\text{Total Dividend}}{\text{Outstanding Shares}}$$

Profitabilitas merupakan tolak ukur untuk menilai kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan skala rasio yaitu *return on asset* yang mengukur keseluruhan keuntungan dengan aset yang tersedia pada perusahaan. Proksi untuk menghitung profitabilitas berdasarkan penelitian Nafiah dan Setiawati (2023).

HASIL PENELITIAN

Tabel 2 berikut ini menunjukkan hasil pengujian statistik deskriptif. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa nilai perusahaan memiliki nilai maksimum sebesar 44,857 yang

berasal dari Unilever Indonesia Tbk (UNVR) tahun 2022, nilai minimum sebesar 0,0428 yang berasal dari Indospring Tbk (INDS) tahun 2022. Nilai perusahaan juga memiliki nilai rata-rata sebesar 3,0123 yang mencerminkan bahwa

perusahaan-perusahaan tersebut mayoritas memiliki prospek yang dianggap cukup baik atau dinilai positif oleh investor. Selain itu, nilai perusahaan memiliki standar deviasi sebesar 6,1479.

Tabel 2 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	138	0,0428	44,857	3,0123	6,1479
FZ	138	27,5135	33,7306	29,4754	1,5546
LEV	138	0,063	0,7971	0,3579	0,1664
EPS	138	0,86	2913	227,7053	396,6749
SG	138	-0,3207	1,1108	0,106	0,1793
FA	138	12	110	48,83	20,011
MO	138	0	1	0,71	0,455
DP	138	0,0201	3,4926	0,572	0,4268
ROA	138	0,0013	0,3636	0,0975	0,0753

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai maksimum sebesar 33,7306 yang berasal dari Astra International Tbk (ASII) tahun 2023 dan nilai minimum sebesar 27,5135 yang berasal dari Sekar Laut Tbk (SKLT) tahun 2021. Variabel FZ memiliki nilai rata-rata sebesar 29,4754 yang menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan dalam sampel penelitian termasuk perusahaan dengan ukuran menengah hingga besar. Selain itu, ukuran perusahaan memiliki standar deviasi sebesar 1,5546.

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa *leverage* memiliki nilai maksimum sebesar 0,7971 yang berasal dari Unilever Indonesia Tbk (UNVR) tahun 2023 dan nilai minimum sebesar 0,063 yang berasal dari Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk (SCCO) tahun 2021. Variabel LEV memiliki nilai rata-rata sebesar 0,3579 yang menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan cenderung menggunakan struktur modal yang lebih konservatif dengan proporsi utang yang tidak terlalu besar. Selain itu, *leverage* memiliki standar deviasi sebesar 0,1664.

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa *earnings per share* memiliki nilai

maksimum sebesar 2.913 yang berasal dari Gudang Garam Tbk (GGRM) tahun 2021 dan nilai minimum sebesar 0,86 yang berasal dari Sekar Bumi Tbk (SKBM) tahun 2023. Variabel EPS memiliki nilai rata-rata sebesar 227,7053 yang menunjukkan bahwa perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian memiliki *earnings per share* yang relatif baik. Selain itu, *earnings per share* memiliki standar deviasi sebesar 396,6749.

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki nilai maksimum sebesar 1,1108 yang berasal dari Mark Dynamics Indonesia Tbk (MARK) tahun 2021 dan nilai minimum sebesar -0,3207 yang juga berasal dari Mark Dynamics Indonesia Tbk (MARK) tahun 2023. Variabel SG memiliki nilai rata-rata sebesar 0,106 yang menunjukkan bahwa terdapat pertumbuhan penjualan yang cukup positif pada perusahaan selama periode yang diteliti. Selain itu, pertumbuhan penjualan memiliki standar deviasi sebesar 0,1793.

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa umur perusahaan memiliki nilai maksimum sebesar 110 yang berasal dari Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) tahun 2023 dan nilai minimum sebesar 12 yang

berasal dari Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) tahun 2021. Variabel FA memiliki nilai rata-rata sebesar 48,83 yang menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan-perusahaan tersebut telah berdiri sejak lama sehingga mencerminkan adanya stabilitas. Selain itu, umur perusahaan memiliki standar deviasi sebesar 20,011.

Berdasarkan hasil pengujian atas 138 data, didapatkan bahwa terdapat 40 data yang menunjukkan tidak adanya kepemilikan manajerial dan 98 data yang menunjukkan adanya kepemilikan manajerial. Tabel 3 menyajikan distribusi frekuensi untuk data kepemilikan manajerial.

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Kepemilikan Manajerial

Data	Frekuensi
0	40
1	98

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa kebijakan dividen memiliki nilai maksimum sebesar 3,4926 yang berasal dari Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) tahun 2021 dan nilai minimum sebesar 0,0201 yang berasal dari Alkindo Naratama Tbk (ALDO) tahun 2023. Variabel DP memiliki nilai rata-rata sebesar 0,572 yang menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan mempertahankan sebagian labanya untuk kegiatan reinvestasi. Selain itu, kebijakan dividen memiliki standar deviasi sebesar 0,4268.

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa profitabilitas memiliki nilai maksimum sebesar 0,3636 yang berasal dari Mark Dynamics Indonesia Tbk (MARK) tahun 2021

dan nilai minimum sebesar 0,0013 yang berasal dari Sekar Bumi Tbk (SKBM) tahun 2023. Variabel ROA memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0975 yang menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan aset yang relatif baik untuk menghasilkan laba. Selain itu, profitabilitas memiliki standar deviasi sebesar 0,0753.

Tabel 4 menunjukkan hasil uji t atau hasil pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian, maka didapatkan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$PBV = -12,387 + 0,067FZ + 16,486LEV - 0,001EPS - 4,703SG + 0,039FA + 1,181MO + 0,780DP + 51,052ROA + \epsilon$$

Tabel 4 Hasil Uji t

Variabel	B	T	Sig.
<i>Constant</i>	-12,387	-1,655	0,100
FZ	0,067	0,257	0,798
LEV	16,486	7,447	0,000
EPS	-0,001	-0,573	0,568
SG	-4,703	-2,506	0,013
FA	0,039	1,996	0,048
MO	1,181	1,507	0,134
DP	0,780	0,803	0,423
ROA	51,052	9,947	0,000

Sumber: Data yang diolah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,798 yang lebih besar dari α 0,05 sehingga H_1 tidak diterima dan dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar belum tentu mampu memperoleh laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan dengan total aset kecil. Selain itu, ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset yang dimiliki perusahaan juga tidak dipertimbangkan oleh investor ketika mengambil keputusan investasi.

Leverage memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α 0,05 sehingga H_2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, *leverage* juga memiliki nilai beta sebesar 16,486 yang artinya *leverage* memiliki hubungan yang positif dengan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi *leverage*, maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Utang dapat digunakan untuk mengoptimalkan kegiatan operasional perusahaan sehingga dapat mencapai target, memperoleh keuntungan, menarik minat investor untuk berinvestasi, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Tingkat penggunaan utang yang tinggi juga menjadi sinyal positif bahwa perusahaan mampu melakukan pembayaran dengan baik setiap jatuh tempo.

Earnings per share memiliki nilai signifikansi sebesar 0,568 yang lebih besar dari α 0,05 sehingga H_3 tidak diterima dan dapat disimpulkan bahwa *earnings per share* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena belum tentu setiap laba atau keuntungan yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham. Selain itu, tidak selalu *earnings per share* yang tinggi akan diikuti oleh *return* yang tinggi juga. Dengan demikian, *earnings per share* tidak akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,013 yang lebih kecil dari

α 0,05 sehingga H_4 diterima dan dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, pertumbuhan penjualan juga memiliki nilai beta sebesar -4,703 yang artinya pertumbuhan penjualan memiliki hubungan yang negatif dengan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin tinggi pertumbuhan penjualan, maka semakin rendah nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena apabila perusahaan mengalami pertumbuhan penjualan namun tidak diikuti dengan tingkat *receivable turnover* yang tinggi juga, akan menyebabkan terganggunya *cash flow* perusahaan. Tentunya, hal tersebut akan menjadi sinyal negatif bagi pasar dan menyebabkan timbulnya persepsi negatif dari investor terhadap perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya nilai perusahaan di mata investor. Selain itu, perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi juga dikhawatirkan tidak akan mengalami pertumbuhan lagi karena telah berada pada titik puncak *product life cycle*. Kekhawatiran tersebut mengakibatkan pasar mengurungkan minat mereka untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut, sehingga akibatnya akan menurunkan nilai perusahaan.

Umur perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,048 yang lebih kecil dari α 0,05 sehingga H_5 diterima dan dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, umur perusahaan juga memiliki nilai beta sebesar 0,039 yang artinya umur perusahaan memiliki hubungan yang positif dengan nilai perusahaan. Perusahaan yang telah berdiri sejak lama menyediakan lebih banyak informasi bagi investor, sehingga mereka juga memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terkait tingkat kemapanan perusahaan-perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan baru. Dengan demikian, semakin lama umur perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut.

Kepemilikan manajerial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,134 yang lebih besar dari

α 0,05 sehingga H_6 tidak diterima dan dapat disimpulkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ada atau tidak adanya kepemilikan manajerial dalam sebuah perusahaan, sudah seharusnya manajer tetap bertindak profesional dan mengutamakan kepentingan pemegang saham. Selain itu, kepemilikan manajerial tidak dapat memberikan jaminan bahwa manajemen dapat menyamakan kepentingan antara manajemen perusahaan dengan investor untuk merealisasikan nilai perusahaan. Dengan demikian, kepemilikan manajerial tidak memberikan pengaruh terhadap meningkat atau menurunnya nilai perusahaan.

Kebijakan dividen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,423 yang lebih besar dari α 0,05 sehingga H_7 tidak diterima dan dapat disimpulkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dividen tidak menjadi satu-satunya tolok ukur bagi investor untuk menilai perusahaan karena biasanya investor lebih mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan dan mengelola laba dari aset yang dimiliki untuk kebutuhan masa depan.

Profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α 0,05 sehingga H_8 diterima dan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas memiliki nilai beta sebesar 51,052 yang artinya

profitabilitas memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Tingkat profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal positif bagi investor karena menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam memperoleh keuntungan. Sinyal positif tersebut menarik investor untuk melakukan investasi yang akan meningkatkan harga saham dan juga nilai perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan bahwa *leverage*, pertumbuhan penjualan, umur perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan, *earnings per share*, kepemilikan manajerial, dan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu periode penelitian yang digunakan hanya tiga tahun, yaitu tahun 2021 sampai dengan tahun 2023. Berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitian, maka terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan untuk membantu peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang lebih baik lagi. Rekomendasi tersebut mencakup penambahan periode penelitian menjadi lima tahun.

REFERENCES:

- Adi, F. M., & Kurniasih, A. (2023). The Influence of Intellectual Capital and Good Corporate Governance on the Value of Infrastructure Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 03(06), 1495–1516. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i07.622>
- Adnyani, I. G. N. S., & Suaryana, I. G. N. A. (2020). The Effect of Company Sizes, Sales Growth, And Profitability On Firm Values. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(6), 265–271. <http://www.ajhssr.com>
- Afandi, M. S., & Jonathan, A. (2022). The Influence of Profitability, Leverage, Liquidity, Dividend Policy, Managerial Ownership, Institutional Ownership, and Company Growth on Company Value. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 2(1), 91–102. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Afandi, Jonathan - 2022 - The Influence of Profitability, Leverage, Liquidity, Dividend Policy, Managerial Ownership, Institutional Owne.pdf
- Anggasta, G., & Suhendah, R. (2020). The Influence of Company Size, Profitability, Dividends, and

- Company Age on Company Value. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2, 586–593. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Anggasta, Suhendah - 2020 - The Influence of Company Size, Profitability, Dividends, and Company Age on Company Value.pdf
- Anton, Lorensa, S., Purnama, I., Eddy, P., & Andi. (2023). Net Profit Margin, Earnings per Share, Return on Asset, Debt Equity Ratio, and Current Ratio on Firm Value in Agricultural Sector Companies Listed on Indonesia Stock Exchange 2016-2021. *Journal of Applied Business and Technology*, 4(2), 155–167. <https://doi.org/10.35145/jabt.v4i2.131>
- Astutik, D. (2017). The Influence of Financial Ratio Activities on Company Value (A Study on the Manufacturing Industry). *Jurnal STIE SEMARANG*, 9(1), 32–49. file:///C:/Users/62852/Desktop/Skripsi/Jurnal/Jurnal Bab 1-3/67. Astutik (2017).pdf
- Atiningsih, S., & Wahyuni, A. N. (2020). The Influence of Firm Size, Sales Growth, Asset Structure, and Profitability on Company Value with Capital Structure as an Intervening Variable. *Jurnal Akuntansi STIE Semarang*, 12(1), 47,47-68,68. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Atiningsih, Wahyuni - 2020 - The Influence of Firm Size, Sales Growth, Asset Structure, and Profitability on Company Value with Capital.pdf
- Azzahra, R., & Lekok, W. (2023). Factors Affecting Corporate Value in Non-Financial Companies in Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 3(1), 187–200. <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v3i1.1950>
- Bon, S. F., & Hartoko, S. (2022). The Effect of Dividend Policy, Investment Decision, Leverage, Profitability, and Firm Size on Firm Value. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 7–13. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.3.1405>
- Dewi, K. R. C., Rasmini, N. K., & Ratnadi, N. M. D. (2019). The Effect of Independent Board of Commissioners, Institutional Ownership, and Managerial Ownership in Firm Values with Environmental Disclosure as Moderating Variable. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 48(2), 53–67. <http://gssrr.org/index.php?journal=JournalOfBasicAndApplied>
- Ekaprastyana, D., & Anwar, S. (2017). The Effect of Earning Per Share and Debt to Asset Ratio on Firm's Value : Case Study on Food and Beverage Corporation Listed in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(2), 120–127. <https://doi.org/10.35384/jkp.v13i2.51>
- Ermawati, D., Nurcahyono, N., Sari, D. N., & Fakhruddin, I. (2023). *The Dynamic Impact of Intellectual Capital on Firm Value: Evidence from Indonesia* (Vol. 1). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-154-8_23
- Fathihani. (2020). Effect of NPM, EPS, ROE, and PBV on Stock Prices. *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(6), 112–124. <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Fauziah, P. N., & Nurhayati. (2023). The Influence of Profitability, Leverage, Company Size on Company Value. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(1), 298–306. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i3.233>
- Fuadi, A., Yulianti, V., Noor, A. F., & Putri, T. A. (2022). The Influence of Business Risk, Sales Growth and Company Age on Company Value. *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 114–123. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p04>
- Fujianti, L., Hubbansyah, A. K., Siswono, S., & Sinaga, L. (2020). the Effect of Managerial Ownership, Dividend Policy and Debt on Firm Value: the Indonesia Stock Exchange Cases. *Inquisitive: International Journal of Economic*, 1(1), 40–54. <https://doi.org/10.35814/inquisitive.v1i1.1860>
- Ghani, R. A., Samah, A. R. A., Baharuddin, N. S., & Ahmad, Z. (2023). Determinants of Firm Value as Measured by the Tobin's Q: A Case of Malaysian Plantation Sector. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 13(2), 420–432. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS>
- Godfrey, J., Hodgson, A., Tarca, A., Hamilton, J., & Holmes, S. (2010). Accounting Theory. In *National*

- Library of Australia* (7th ed.). John Wiley and Sons Australia, Ltd. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Godfrey et al. - 2010 - Accounting Theory.pdf
- Harsono, S. B., & Susanto, L. (2023). The Effect of Profitability, Capital Structure, Asset Structure, and Firm Age on Firm Value. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(3), 1050–1061. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i3.1050-1061>
- Hasan, J., & Meidiyustiani, R. (2023). The Influence of Profitability, Asset Structure, Company Age, and Company Size on Company Value (Empirical Study on Property and Real Estate Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2022 Period). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(4), 324–339. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i4.2056>
- Hasnawati, S., & Huzaimah, F. (2021). The Effect of Investment Decision, Financing Decision, Dividend Policy on Firm Value (Study on Food and Beverage Industry Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2018). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(1), 1–12. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Hasnawati, Huzaimah - 2021 - The Effect of Investment Decision, Financing Decision, Dividend Policy on Firm Value (Study on Food and Bev.pdf
- Husna, A., & Satria, I. (2019). Effects of Return on Asset, Debt To Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50–54. <https://doi.org/10.32479/ijefi.8595>
- Ifada, L. M., Faisal, F., Ghozali, I., & Udin, U. (2019). Company Attributes and Firm Value: Evidence from Companies Listed on Jakarta Islamic Index. *Espacios*, 40(37), 11. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Ifada et al. - 2019 - Company Attributes and Firm Value Evidence from Companies Listed on Jakarta Islamic Index(2).pdf
- Ilhamsyah, F. L., & Soekotjo, H. (2017). The Influence of Dividend Policy, Investment Decisions, and Profitability on Company Value. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2). file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Ilhamsyah, Soekotjo - 2017 - The Influence of Dividend Policy, Investment Decisions, and Profitability on Company Value.pdf
- Indriawati, F. (2018). The Impact of Profitability, Debt Policy, Earning Per Share, and Dividend Policy on The Firm Value (Empirical Study of Companies Listed In Jakarta Islamic Index 2013-2015). *International Institute for Science, Technology, and Education*, 8(4), 77–82. <http://www.iiste.org>
- Indy, L. A., & Uzliawati, L. (2023). Managerial Ownership, Intellectual Capital, Profitability and Firm Value : Evidence in Indonesian Banking Sector. *Asian Journal of Social Science and Management Technology*, 5(1), 171–179. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Indy, Uzliawati - 2023 - Managerial Ownership, Intellectual Capital, Profitability and Firm Value Evidence in Indonesian Banking Sector.pdf
- Inne, A., Salim, P. D. U., & Ratnawati, D. D. K. (2021). The Effect of Profitability, Firm Size, Liquidity, Sales Growth on Firm Value Mediated Capital Structure. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 15–22. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Inne, Salim, Ratnawati - 2021 - The Effect of Profitability, Firm Size, Liquidity, Sales Growth on Firm Value Mediated Capital Structure.pdf
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. In *Journal of Financial Economics* (Vol. 3, Issue 10). <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Kanta, A. G. A., Hermanto, & Surasni, N. K. (2021). The Effect of Leverage and Profitability on Firm Value

- with Dividend Policy as Moderation Variable (Studies in Manufacturing Companies for the 2014-2018 Period). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(1), 245–255. <http://ijmmu.comhttp://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i1.2202>
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2020). Intermediate Accounting IFRS Edition. In T. A. Tatro (Ed.), *John Wiley & Sons, Inc.* (4th ed., Vol. 5, Issue 3). file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Kieso, Weygandt, Warfield - 2020 - Intermediate Accounting IFRS Edition.pdf
- Kurniawati, T., & Anggraini, D. J. (2023). The Impact of Sales Growth and Profitability on Firm Value During The Covid-19 Pandemic. In *Proceedings of the Ninth Padang International Conference on Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship* (pp. 633–641). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-158-6_55
- Kusumawati, E., & Setiawan, A. (2019). The Effect of Managerial Ownership, Institutional Ownership, Company Growth, Liquidity, and Profitability on Company Value. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(2), 136–146. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v4i2.8574>
- Kusumo, M. I. R., Setiawan, T., & Bwarleling, T. H. (2023). Faktor penentu Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman. *Media Ilmiah Akuntansi*, 11(1), 9–22. <https://doi.org/10.34208/mia.v11i1.32>
- Luckyardi, S., Agustini, K., Nugraha, & Sari, M. (2021). The Impact of Dividend Policy and Capital Structure on Firm Value in Agricultural Sector. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.34010/jika.v11i1.5717>
- Maulidina, F. I., Paramita, R. W. D., & Taufiq, M. (2021). The Effect of Leverage, Earnings Per Share, and Dividend Policy on Company Value. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 5(2), 80–87. <https://doi.org/10.30741/assets.v5i2.693>
- Musa, Z., & Yahaya, O. A. (2023). Corporate Governance and Firm Value. *Budapest International Research and Critics Institute Humanities and Social Sciences*, 6(4), 204–220. <https://doi.org/10.26877/sta.v3i2.7776>
- Mutiara, N., Purwohedi, U., & Zulaihati, S. (2022). The Effect of Firm Size, Sales Growth, and Profitability on Firm Value in Healthcare, Technology, and Food and Beverage Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2020 Period. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, Dan Akuntansi*, 7(2), 101–111. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Mutiara, Purwohedi, Zulaihati - 2022 - The Effect of Firm Size, Sales Growth, and Profitability on Firm Value in Healthcare, Technology,.pdf
- Nafiah, N. I., & Setiawati, E. (2023). Effect of Capital Structure, Company Size, Company Age, and Profitability on Company Value. *The International Journal of Business Management and Technology*, 7(1), 602–618. <https://doi.org/10.54408/jabter.v2i6.194>
- Nopita, N. R., Sujaya, F. A., & Septiawati, R. (2023). The Influence of Firm Age, Capital Structure and Growth Opportunity on Company Value in Manufacturing Companies in the Chemical Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 674–686. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Nopita, Sujaya, Septiawati - 2023 - The Influence of Firm Age, Capital Structure and Growth Opportunity on Company Value in Manufacturin.pdf
- Nurhaiyani. (2018). The Influence of Corporate Governance, Leverage and Other Factors on the Value of Non-Financial Companies. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 20(2), 107–116. <https://doi.org/10.34208/jba.v20i2.415>
- Nurmawati, & Fauziah, F. (2022). The Effect of Audit Delay and Firm Age on Firm Value in Property and Real Estate Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Borneo Student Research*, 4(1),

- 104–111.
[https://dspace.umkt.ac.id/handle/463.2017/3168%0Ahttps://dspace.umkt.ac.id/bitstream/handle/463.2017/3168/Nurmawati 4\(1\).pdf?sequence=1](https://dspace.umkt.ac.id/handle/463.2017/3168%0Ahttps://dspace.umkt.ac.id/bitstream/handle/463.2017/3168/Nurmawati%204(1).pdf?sequence=1)
- Octaviani, S. (2023). The Effect Of Audit Committee, Internal Auditor and Audit Quality on Firm Value. *International Journal of Science, Technology, and Management*, 4(2), 373–378. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Octaviani - 2023 - The Effect Of Audit Committee, Internal Auditor and Audit Quality on Firm Value.pdf
- Putranto, P., & Kurniawan, E. (2018). Effect Of Managerial Ownership and Profitability On Firm Value (Empirical Study on Food and Beverage Industrial Sector Company 2012 to 2015). *European Journal of Business and Management*, 10(25), 96–104. [wwwhttps://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/44461/45871.idx.co.id](https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/44461/45871.idx.co.id)
- Putri, I. G. A. P. T., & Rahyuda, H. (2020). Effect of Capital Structure and Sales Growth on Firm Value with Profitability as Mediation. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 145–155. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.833>
- Rahmaniar, & Rizky, F. (2022). The Influence of Profitability and Cash Holding on Company Value. *HEI EMA : Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 22–31. <https://doi.org/10.61393/heiema.v1i2.69>
- Rahmawati, A., & Garad, A. (2023). Managerial Ownership, Leverage, Dividend Policy, Free Cash Flow, Firm Value: Evidence in Indonesia Stock Exchange. *European Journal of Studies in Management and Business*, 25, 32–44. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Rahmawati, Garad - 2023 - Managerial Ownership, Leverage, Dividend Policy, Free Cash Flow, Firm Value Evidence in Indonesia Stock Exchan.pdf
- Rasyid, R., & Emanuel, R. (2019). The Influence of Firm Size, Profitability, Sales Growth, and Leverage on Firm Value in Manufacturing Companies Listed on the IDX in 2015-2017. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(2), 468–476. <https://doi.org/10.24912/jpa.v1i2.5016>
- Regina, A., & Harjanto, K. (2022). Factors Affecting Firm Value in Indonesian Manufacturing Companies. *International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research*, 4(5), 153–159. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.060>
- Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020). Effect of Liquidity, Profitability, and Size of Companies on Firm Value. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25(6), 325–332. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3987632>
- Riyadh, H. A., Al-Shmam, M. A., & Firdaus, J. I. (2022). Corporate Social Responsibility and GCG Disclosure on Firm Value with Profitability. *International Journal of Professional Business Review*, 7(3), 1–21. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Riyadh, Al-Shmam, Firdaus - 2022 - Corporate Social Responsibility and GCG Disclosure on Firm Value with Profitability.pdf
- Riyadi, F. A., Masripah, & Widyastuti, S. (2021). The Influence of Company Age, Funding Decisions, Dividend Policy, and Cash Holding on Company Value. *Journal of Educational and Language Research*, 1(1), 31–44. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Riyadi, Masripah, Widyastuti - 2021 - The Influence of Company Age, Funding Decisions, Dividend Policy, and Cash Holding on Company Valu.pdf
- Romadhani, A., Saifi, M., & Nuzula, N. F. (2020). The Influence of Profitability, Company Size, and Dividend Policy on Company Value. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 71–81. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i5.2727>
- Sahrul, M., & Novita, S. (2020). Ownership Structure, Firm Value and Mediating Effect of Firm Performance. *Jurnal Akuntansi*, 24(2), 219–233. <https://doi.org/10.24912/ja.v24i2.692>

- Saputri, D. R., & Bahri, S. (2021). The Effect of Leverage, Profitability, and Dividend Policy on Firm Value. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 2(6), 1316–1324. <https://doi.org/10.51601/ijersc.v2i6.223>
- Sintyawati, N. L. A., & Dewi, M. R. (2018). The Influence of Managerial Ownership, Institutional Ownership and Leverage on Agency Costs in Manufacturing Companies. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(2), 933–1020. <https://doi.org/10.31258/jc.1.1.68-88>
- Sony, P., & Suparmun, H. (2024). Determinants Affecting the Value of Non-Financial Companies in Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 3(4), 213–224. <file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Sony, Suparmun - 2024 - Determinants Affecting the Value of Non-Financial Companies in Indonesia.pdf>
- Subing, H. J. T., & Susiani, R. (2019). Internal Factors and Firm Value: A Case Study of Banking Listed Companies. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 23(1), 78–89. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v23i1.2405>
- Subramanyam, K. (2016). *Financial Statement Analysis* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sudiyatno, B., Puspitasari, E., Suwarti, T., & Asyif, M. M. (2020). Determinants of Firm Value and Profitability: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 769–778. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.769>
- Susanti, N., & Restiana, N. G. (2018). What's the Best Factor to Determining Firm Value? *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 301–309. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1529>
- Tjhai, F. N., & Sinurat, G. A. P. (2022). Profitability, Capital Structure, and Other Factors Affecting the Value of Non-Financial Companies. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 2(2), 631–644. <https://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM/article/view/1350>
- Triani, N., & Tarmidi, D. (2019). Firm Value: Impact of Investment Decisions, Funding Decisions and Dividend Policies. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(2), 158–163. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v9-i2/6107>
- Trijunianto, R. S., Siregar, M. E. S., & Dalimunthe, S. (2019). The Impact of Profitability, Firm Size, Dividend Policy, and Capital Structure on Firm Value of Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange Over the Period 2015-2017. *Occupational Medicine*, 53(4), 130. <file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Trijunianto, Siregar, Dalimunthe - 2019 - The Impact of Profitability, Firm Size, Dividend Policy, and Capital Structure on Firm Value.pdf>
- Widhiastuti, S. (2022). Investment Decisions Through Company Size and Debt Structure with Company Value as an Intervening Variable. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 21(1), 60–71. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v21i1.133>
- Wilson. (2020). The Influence of Profitability, Liquidity, and Leverage on Company Value. *Prosiding Seminar Nasional Pakar Ke 3*, 2(1), 339–351. <file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Wilson - 2020 - The Influence of Profitability, Liquidity, and Leverage on Company Value.pdf>
- Yulianto, & Widyasari. (2020). Analysis of Factors Affecting Company Value. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(2), 576–585. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i3.14879>
- Yumiasih, L., & Isbanah, Y. (2017). The Influence of Compensation, Company Size, Company Age, and Leverage on the Value of Agricultural Sector Companies Listed on the IDX for the 2012-2015 Period. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3). <file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Yumiasih, Isbanah - 2017 - The Influence of Compensation, Company Size, Company Age, and Leverage on the Value of Agricultural Sector Co.pdf>
- Zutter, C. J., & Smart, S. B. (2019). Principles of Managerial Finance. In P. Banerjee (Ed.), *The British*

Accounting Review (15th ed.). Pearson Education. file:///C:/Users/62852/AppData/Local/Mendeley Ltd./Mendeley Desktop/Downloaded/Zutter, Smart - 2019 - Principles of Managerial Finance.pdf

