

Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024)

Dewi Kumala Trihardja¹⁾, David Kiki Baringin MT Samosir²⁾
^{1,2}Universitas Buddhi Dharma

Email : dewi292003@gmail.com, david.kiki@ubd.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel bebas yang dianalisis mencakup profitabilitas, pertumbuhan penjualan, leverage, serta ukuran perusahaan, sedangkan variabel terikatnya adalah nilai perusahaan.

Data penelitian diperoleh dari laporan keuangan 27 emiten subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024, dengan total 108 observasi awal. Setelah dilakukan pemeriksaan, ditemukan adanya data pencilan pada beberapa variabel sehingga diterapkan transformasi logaritma natural (Ln) pada profitabilitas dan nilai perusahaan agar distribusi data lebih normal. Selain itu, untuk mengatasi permasalahan autokorelasi dilakukan transformasi LAG, sehingga jumlah akhir data yang dapat dianalisis menjadi 107 observasi.

Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 27 melalui analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Secara bersama-sama, keempat variabel independen tersebut terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Ukuran perusahaan, Nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, setiap perusahaan dituntut untuk mampu bersaing, baik di tingkat nasional maupun internasional. Kehadiran banyak perusahaan besar juga diiringi dengan munculnya berbagai perusahaan kecil. Setiap perusahaan memiliki tujuan yang ingin dicapai, sehingga diperlukan penerapan strategi yang tepat untuk merealisasikannya. Sektor industri makanan dan minuman memegang peran penting dalam kehidupan masyarakat, sehingga memiliki prospek yang menjanjikan baik pada masa kini maupun di masa mendatang (Permatasari et al., 2022). Umumnya, tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, salah satunya melalui peningkatan harga saham yang dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam membayar dividen (Rachmawati Dwi, 2015).

Di Indonesia sendiri terdapat kasus yang menarik, misalnya pada PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang mencatatkan kinerja kurang baik pada tahun 2024. Laba bersih perusahaan mengalami penurunan signifikan hingga 29,83%, dari Rp4,8 triliun pada tahun 2023 menjadi Rp3,36 triliun. Penurunan ini juga tercermin pada penjualan bersih yang melemah 8,99% secara tahunan (YoY), dari Rp38,61 triliun menjadi Rp35,14 triliun. Segmen kebutuhan rumah tangga dan perawatan tubuh tercatat turun 10,83% YoY menjadi Rp22,42 triliun, sementara segmen makanan dan minuman menyumbang Rp12,71 triliun, turun 5,56% YoY. Seiring dengan melemahnya penjualan, harga pokok penjualan juga terkoreksi 5,18% YoY menjadi Rp18,41 triliun. Akibatnya, laba kotor sepanjang 2024 turun 12,89% menjadi Rp16,71 triliun. Laba usaha tercatat Rp4,41 triliun atau menurun 29,69% dibandingkan Rp6,27 triliun pada tahun sebelumnya, sedangkan EBITDA menyusut 26,83% menjadi Rp5,29 triliun dari Rp7,23 triliun. Dari sisi fundamental, total aset per 31 Desember 2024 turun 3,71% menjadi Rp16,04 triliun, sementara liabilitas meningkat 4,62% menjadi Rp13,89 triliun. Ekuitas justru tergerus cukup dalam sebesar 36,44% menjadi Rp2,14 triliun. Kas dan setara kas juga anjlok 34,24% menjadi Rp671,18 miliar dibandingkan Rp1,02 triliun pada 2023. Dalam perdagangan terakhir, saham UNVR ditutup melemah 3,51% ke level Rp1.375, yang mencerminkan penurunan 27,06% secara year to date (YtD). Tren penurunan saham ini bertepatan dengan proses rebalancing indeks MSCI Global Standard periode Februari 2025, yang berlaku efektif mulai 3 Maret hingga 2 Juni 2025.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif sendiri merupakan suatu proses investigasi yang dilakukan secara sistematis terhadap suatu fenomena dengan cara mengumpulkan data yang dapat diukur, kemudian dianalisis menggunakan metode statistik, matematis, maupun komputasi (Ramdhan, 2021). Pendekatan kuantitatif banyak dimanfaatkan di berbagai disiplin ilmu, termasuk ilmu alam dan fisika, karena mampu menghasilkan data yang objektif, terukur, serta dapat dianalisis secara statistik untuk mendukung validitas dan ketepatan hasil penelitian.

Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan dan kriteria penelitian. Adapun kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang secara konsisten menerbitkan laporan keuangan selama periode 2021–2024.
3. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang memperoleh laba pada periode 2021–2024.
4. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan (annual report) dalam kurun waktu 2021–2024.

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Total perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).	83
2	Perusahaan sektor makanan dan minuman yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan secara berturut – turut pada periode 2021-2024.	(11)
3	Perusahaan sektor makanan dan minuman yang mengalami kerugian pada periode 2021-2024.	(12)
4	Perusahaan yang tidak mempublikasikan (<i>annual report</i>) selama periode 2021-2024	(33)
Jumlah Sampel Perusahaan		27
Total Sampel Periode 2021-2024 (4×27)		108

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi terkait variabel penelitian. Dalam studi ini, terdapat dua metode yang digunakan, yaitu:

1. Studi Pustaka

Data dikumpulkan melalui penelusuran literatur dengan memanfaatkan buku, jurnal, artikel, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka berfungsi sebagai dasar teoritis yang mendukung penelitian serta memperjelas pembahasan.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan dengan memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data sebagai metode pengolahan adalah Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik yang terdiri Uji Normalitas, Uji multikolinearitas, Uji heteroskedastisitas, Uji autokorelasi, lalu Uji Statistik ada Uji koefisien determinasi, uji T, Uji F.

Operasional Variabel

Variabel	Rumus	Skala
Profitabilitas (X1)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Pertumbuhan penjualan (X2)	$GS = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$	Rasio
Leverage (X3)	$\text{Debt To Assets Ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X4)	$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \times \text{Total Aset}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$	Rasio

HASIL

1. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		108	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.70323203	
Most Extreme Differences	Absolute	.079	
	Positive	.045	
	Negative	-.079	
Test Statistic		.079	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.097	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.101	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.093
		Upper Bound	.109

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

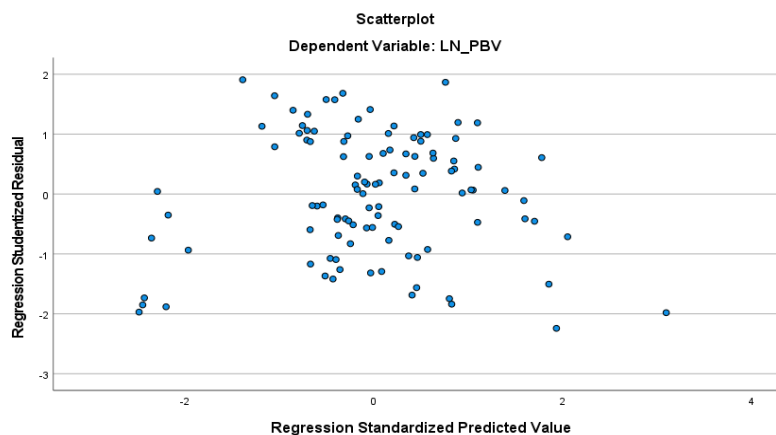
Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,097. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, atau dengan kata lain data yang digunakan berdistribusi normal.

B. Uji Multikolinearitas

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.633 ^a	.401	.377	.56285	1.824
a. Predictors: (Constant), LAG_LN, LAG_GS, LAG_ROA, LAG_DAR					
b. Dependent Variable: LAG_PBV					

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam model memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10. Secara rinci, profitabilitas memiliki tolerance 0,885 dan VIF 1,130; pertumbuhan penjualan tolerance 0,985 dan VIF 1,015; leverage tolerance 0,932 dan VIF 1,073; serta ukuran perusahaan tolerance 0,910 dan VIF 1,099. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas, sehingga tidak ada hubungan linier yang kuat antarvariabel bebas dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

C. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di atas maupun di bawah garis horizontal nol tanpa membentuk pola tertentu yang teratur atau simetris. Kondisi ini menunjukkan bahwa distribusi selisih bersifat acak dan tidak terdapat hubungan sistematis antara nilai residual dengan hasil prediksi model. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

D. Uji Autokorelasi

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	LN_ROA	.885	1.130
	GS	.985	1.015
	DAR	.932	1.073
	LN	.910	1.099

a. Dependent Variable: LN_PBV

Nilai Durbin-Watson yang diperoleh sebesar 1,824. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai tersebut dibandingkan dengan batas bawah (dL) dan batas atas (dU) pada tabel Durbin-Watson dengan tingkat signifikansi 5%, jumlah sampel (n) = 107, dan jumlah variabel independen (k) = 4. Hasilnya, $dU = 1,7631$ dan $4 - dU = 2,2369$, sehingga memenuhi kriteria $dU < DW < 4 - dU$ ($1,7631 < 1,824 < 2,2369$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah autokorelasi.

2. Uji Statistik

A. Uji Koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.401	.377	.56285

a. Predictors: (Constant), LAG_LN, LAG_GS, LAG_ROA, LAG_DAR
 b. Dependent Variable: LAG_PBV

Nilai adjusted R square yang diperoleh sebesar 0,377, yang berarti sekitar 37,7% variasi variabel dependen, yaitu nilai perusahaan (PBV), dapat dijelaskan oleh empat variabel independen dalam model, yakni ROA, GS, DAR, dan ukuran perusahaan (LN) yang telah ditransformasi lag. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi memiliki kemampuan moderat dalam menjelaskan perubahan PBV. Sementara itu, sebesar 62,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Nilai R sebesar 0,633 menunjukkan adanya hubungan positif yang cukup kuat antara variabel independen secara bersama-sama terhadap PBV. Adapun nilai standard error of the estimate sebesar 0,56285 menggambarkan rata-rata tingkat kesalahan prediksi PBV dalam model, yang masih dapat dikategorikan moderat untuk penelitian dengan data keuangan perusahaan.

3. Uji Hipotesis

A. Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-1.407	.898		-1.568	.120
	LAG_ROA	-.726	.099	-.595	-7.328	<.001
	LAG_GS	-.291	.247	-.092	-1.178	.241
	LAG_DAR	-2.046	.409	-.408	-5.000	<.001
	LAG_LN	.064	.072	.070	.886	.378

a. Dependent Variable: LAG_PBV

1. Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang diproksikan dengan return on asset (ROA) menunjukkan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$ terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan price to book value (PBV). Hal ini berarti profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2. Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan yang diproksikan dengan growth sales (GS) memperoleh nilai signifikansi $0,241 > 0,05$ terhadap nilai perusahaan (PBV), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yang diproksikan melalui debt to assets ratio (DAR) menghasilkan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$ terhadap nilai perusahaan (PBV). Dengan demikian, leverage terbukti berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

4. Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural (LN) memiliki nilai signifikansi $0,378 > 0,05$ terhadap nilai perusahaan (PBV). Oleh karena itu, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

B. Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.607	4	5.402	17.051	<.001 ^b
	Residual	32.314	102	.317		
	Total	53.921	106			

a. Dependent Variable: LAG_PBV

b. Predictors: (Constant), LAG_LN, LAG_GS, LAG_ROA, LAG_DAR

Secara simultan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$ terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, keempat variabel independen tersebut terbukti berpengaruh bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

PENBAHASAN

1. Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, profitabilitas yang diproksikan dengan return on asset (ROA) terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan melalui price to book value (PBV). Hal ini terlihat dari nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$ dengan T hitung (7,328) $>$ T tabel (1,984), sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kenaikan ROA justru berkorelasi dengan penurunan PBV pada data penelitian. Kondisi tersebut dapat dimaknai bahwa efisiensi laba tidak selalu dipandang positif oleh pasar, karena investor mungkin lebih menitikberatkan pada prospek pertumbuhan jangka panjang ketimbang profitabilitas jangka pendek.

2. Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan (GS) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,241 > 0,05$ dan T hitung (1,178) $<$ T tabel (1,984). Dengan demikian, hipotesis kedua ditolak. Artinya, peningkatan penjualan tidak otomatis mencerminkan perbaikan kinerja keuangan atau efisiensi operasional. Tanpa pengelolaan biaya yang baik maupun peningkatan margin keuntungan, pertumbuhan penjualan tidak cukup memengaruhi pandangan investor terhadap nilai perusahaan.

3. Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yang diproksikan dengan *debt to asset ratio* (DAR) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$ dengan T hitung (5,000) $>$ T tabel (1,984), sehingga hipotesis ketiga diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa struktur utang memengaruhi nilai perusahaan karena mencerminkan tingkat risiko serta beban keuangan jangka panjang. Tingginya proporsi utang dapat menimbulkan persepsi negatif dari investor jika tidak diimbangi dengan kemampuan manajemen dalam mengelola kewajiban dan menghasilkan imbal hasil yang memadai.

4. Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan logaritma natural (LN) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi $0,378 > 0,05$ dengan T hitung (0,886) $<$ T tabel (1,984), sehingga hipotesis keempat ditolak. Hasil ini menyiratkan bahwa besar kecilnya skala perusahaan tidak otomatis menjadi faktor penentu nilai perusahaan, kecuali jika didukung oleh efisiensi, transparansi, dan pengelolaan risiko yang baik.

5. Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Uji simultan melalui analisis ANOVA menunjukkan bahwa profitabilitas, pertumbuhan penjualan, leverage, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $< 0,001 < 0,05$ dan F hitung (17,051) $>$ F tabel (2,69), sehingga model regresi dinyatakan signifikan secara simultan. Keempat variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menggambarkan efisiensi laba, pertumbuhan penjualan merefleksikan prospek ekspansi, leverage menunjukkan struktur permodalan dan tingkat risiko, sedangkan ukuran perusahaan sering dikaitkan dengan stabilitas. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas rendah, pertumbuhan penjualan stagnan, rasio utang tinggi, atau skala usaha kecil cenderung dipersepsikan lebih berisiko sehingga menurunkan kepercayaan investor. Temuan ini menekankan pentingnya strategi pengelolaan yang komprehensif, karena kombinasi dari seluruh variabel keuangan tersebut berkontribusi secara simultan dalam memengaruhi nilai perusahaan.

KESIMPULAN

1. Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$.
2. Pertumbuhan penjualan (GS) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,241 > 0,05$.
3. Leverage (DAR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$.
4. Ukuran perusahaan (LN) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,378 > 0,05$.
5. Secara simultan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan leverage, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dibuktikan dengan nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$.

REFERENSI

- Adelia, R., Suryani, Y., & Habibie, A. (2024). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2022. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(3), 2131–2140. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i3.4426>
- Agusfianto, e. a. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Indonesia.
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Budi Dharma, Cici Winda Atila, & Amanda Damayanti Nasution. (2022). Mengapa PBV (Price Book Value) Penting Dalam Penilaian Saham (Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di BEI periode 2021). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 80–89. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i1.32>
- Chandi, C. E., & Herijawati, E. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021). *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 2(1), 182–190. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=7ayjq20AAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=7ayjq20AAAAJ:1sJd4Hv_s6UC
- Damas Adi Permana, Nasrullah Dali, & Suprapti. (2021). Pengaruh Struktur Modal Dan Leverage Terhadap Profitabilitas. *SIGMA: Journal of Economic and Business*, 4(1), 32–47. <https://doi.org/10.60009/sigmajeb.v4i1.80>
- Elinda Kurnia Agilita, & Lintang Kurniawati. (2025). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(3), 1730–1745. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i3.7513>
- Fitriani, M., Gunarso, P., & Dewi, A. R. (2023). Pengaruh tax avoidance, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan (Bijak)*, 5(2), 193–201. <https://doi.org/10.26905/j.bijak.v5i2.10176>

- Furniawan, F. (2022). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *The Asia Pacific Journal of Management Studies*, 9(2), 3869–3877. <https://doi.org/10.55171/apjms.v9i2.815>
- Hasan. (2022). Manajemen Keuangan Indonesia.
- Hartati. (2024). *Manajemen Keuangan Nilai Perusahaan dengan Mediasi Manajemen Laba*. Indonesia.
- Imanullah, W. R., & Syaichu, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai. *Diponegoro Journal of Management*, 12(4), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Indriaty, L., Reiman, P., & Thomas, G. N. (2024). Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 220–232. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3307>
- Jeffri, H., & Sumantri, F. A. (2025). Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2023). 5(1).
- Judijanto, L., & Melatnebar, B. M. (2025). Digital Accounting Transformation as a Driver of Sustainable Business Model Innovation through Digital Ecosystems in Start-ups in Indonesia. *West Science Information System and Technology*, 3(01), 41–49. <https://doi.org/10.58812/wsist.v3i01.1838>
- karim, e. a. (2021). *Pengenalan Dasar-dasar Akuntansi dalam Berbagai Bidang*. Indonesia.
- Kurniantoyo, G. M., & Kurnia, K. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Retail Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(10), 1–15. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4853>
- Kaharli, L., & Melatnerbar, B. (2021). Pengaruh Audit Tanure, Ukuran KAP, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusaha Manufaktur Sektor Industri Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2019). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–15.
- Kristiawan, M., & Wibowo, S. (2023). Pengaruh Thin Capitalization, Sales Growth, Capital Intensity, dan Kompensasi Manajemen Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017- 2021). *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 2(1), 1–11.
- Lusiawati, B. M. M. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Ukuran Perusahaan, Return on Assets dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance Studi Empiris pada perusahaan Industri Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018 -. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 1–15. <https://jurnal.ubd.ac.il>
- Muchtar. (2021). *Corporate Governance : Konsep dan Implementasinya Pada Emiten Saham Syariah*. Indonesia.

- Margaretha, R., & Wibowo, S. (2024). Pengaruh Inflasi, Return On Asset (ROA), Dan Earnings Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sub Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022. *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 3(1), 1–9. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga/article/view/2889/1960>
- Melatnebar, B., & Lалуur, E. (2022). Pendampingan Penghitungan dan Pelaporan PPH 21 Masa Melalui E-SPT Dan DJP Online Bagi Siswa Siswi SMK Dharma Widya Tangerang. *Rubinstein: Jurnal Multidisiplin*, 1(Desember 2022), 14–18. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/rubin/article/view/1749>
- Nugraha, A., Pratiwi, A., & Mintarsih, T. (2024). Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. *Jurnal Manajemen Modern*, 6(3), 585–598. <https://journalpedia.com/1/index.php/jmm>
- Palayukan, S., Rijal, A., & Hasyim, S. H. (2024). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Sains Riset*, 14(1), 293–300. <https://doi.org/10.47647/jsr.v14i1.2278>
- Patimah, S., Sari, D. M., Karina, M., Fatmawati, S., Haripin, & Agnes, G. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 11(1), 1–23.
- Putri, M. R. S., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 8(2), 1823–1838. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.1997>
- Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia. *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.26618/inv.v3i1.4969>
- Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36–49.
- Samalu, C., & Melatnebar, B. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan bonus mechanism terhadap agresivitas pajak pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 – 2022.. Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 4(1), 1–10. www.kemenkeu.go.id
- Setyawan, J., Herijawati, E., & Dharma, U. B. (2025). Pengaruh Likuiditas, Thin Capitalization, Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Subsektor Food & Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Selama Tahun 2021-2023. *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 1, 1–10.
- Silaswara, D., Berlin Silaban, Benyamin Melatnebar, Sabam Simbolon, Rina Aprilyanti, Galuh Kusuma Hapsari, & Fx. Pudjo Wibowo. (2024). Pengenalan Wirausaha Kepada Remaja (Gen Z) pada Sekolah Dian Bangsa. *Abdi Dharma: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Buddhi Dharma*, 4(1), 83–92. <https://doi.org/10.31253/ad.v4i1>
- View of Pengenalan Wirausaha Kepada Remaja (Gen Z) pada Sekolah Dian Bangsa.pdf.* (n.d.).
- Wijaya, A. K., & Herijawati, E. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Sales Growth, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi

Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor Property & Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020). *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 1(2), 18–26.

Yanti, N. R., Komalasari, A., & Andi, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Moderasi. *Goodwood Akuntansi Dan Auditing Reviu*, 1(1), 49–65.
<https://doi.org/10.35912/gaar.v1i1.1476>

<https://scholar.google.co.id>.

<https://www.idx.co.id>.