

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN TERHADAP PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI

Laurensius Wijaya* dan Jamaludin Iskak

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: laurensiuswijaya98@gmail.com

Abstract:

This study aims to find out how the influence of Profitability, Liquidity, Leverage, and Company Size on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2018-2020. The sample was selected by purposive sampling method and the valid data were 55 companies. The data processing technique uses multiple regression analysis assisted by the E-views 9 program and Microsoft Excel 2016. The results of this study indicate that profitability has a significant effect on firm value, while liquidity has a negative and insignificant effect on firm value, leverage and firm size are positive and not significant to firm value.

Keywords: Profitability, Liquidity, Leverage, Firm Size, Firm Value

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018-2020. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dan data yang valid adalah 55 perusahaan. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda yang dibantu oleh program E-views 9 dan Microsoft Excel 2016. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Likuiditas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Leverage dan ukuran perusahaan bersifat positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

Kata kunci : Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

Pendahuluan

Setiap perusahaan tentunya memiliki sikap siap bersaing satu dengan yang lainnya. Hal ini dilakukan untuk membuat sebuah usaha dapat terus menjalankan usahanya, oleh karena itu perusahaan harus dapat menarik perhatian dari berbagai pihak yaitu para pemegang saham, masyarakat ataupun konsumen. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk menarik perhatian berbagai pihak pada usaha yang dijalankannya dengan memberikan laporan keuangan yang mampu membuat nilai perusahaan meningkat. Nilai perusahaan merupakan bentuk dari kepercayaan masyarakat pada perusahaan setelah adanya proses operasional perusahaan selama beberapa tahun, atau sejak perusahaan didirikan sampai saat ini (Rahmadani dan Sri, 2017).

Sebelum investor ingin menanamkan modalnya di perusahaan yang bersangkutan, pastinya perlu menganalisa perusahaan tersebut melalui nilai perusahaan. Menurut Husna dan Satria (2019) secara umum, *firm value* merupakan harga jual yang dianggap layak untuk calon investor untuk menilai suatu perusahaan. Pada dasarnya, tujuan utama manajemen perusahaan yaitu pemegang saham tertinggi memaksimalkan harga saham perusahaan dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Nilai baiknya perusahaan bergantung pada kinerja keuangan yang baik. Sebaliknya, jika kinerja keuangan tidak baik maka nilai tidak baik terhadap perusahaan. Menurut Andy dan Johan (2019) salah satu indikator untuk mengukur keefektifitasan yang sering digunakan investor adalah harga saham. Semakin tinggi harga saham maka menunjukkan semakin efektif kinerja perusahaan tersebut dan di waktu yang bersamaan dapat meningkatkan *firm value*. Secara otomatis investor akan percaya untuk berinvestasi di perusahaan yang bersangkutan karena adanya peningkatan dalam *firm value*.

Beberapa factor yang mempengaruhi investor dalam menilai kemampuan perusahaan adalah *profitabilitas, likuiditas, leverage dan ukuran perusahaan*. Factor pertama yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *profitabilitas*. *profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva dan modal yang dimiliki perusahaan. *Profitabilitas* menjadi cerminan nilai perusahaan karena perusahaan yang mampu mencatatkan laba yang tinggi maka akan mempengaruhi nilai perusahaan yang semakin meningkat. Menurut Husna dan Satria (2019), Suparno dan Pitoyo (2016), dan Sholikhah (2018) menyatakan bahwa *profitabilitas* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, dan bagi investor untuk melihat nilai perusahaan bukan hanya apa yang ada di laporan keuangan tetapi melihat faktor-faktor lain yang membentuk nilai perusahaan tersebut.

perusahaan

Kajian Teori

Signaling theory (teori sinyal) adalah pemberian isyarat dari perusahaan untuk laporan keuangan dan investor dalam peningkatan nilai pemegang saham. Teori sinyal menurut Ross (1977) sinyal sebuah pengumuman berupa informasi untuk pengambilan keputusan investasi bagi para pemegang saham atau investor. Teori sinyal menurut Fajaria dan Isnalita (2018) menyatakan bahwa suatu perusahaan akan memberi sinyal kepada laporan keuangan, termasuk investor yang bertujuan untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Oktarina (2018) juga mengungkapkan bagaimana suatu perusahaan dalam memberikan informasi kepada pengguna laporan keuangan.

Profitabilitas didefinisikan sebagai dalam hubungannya dengan penjualan, asset, dan pemilik modal sendiri yang menguntungkan dihasilkan oleh kemampuan perusahaan. Menurut Weygandt et al. (2018) profitabilitas diukur menggunakan pendapatan atau keberhasilan operasi perusahaan dalam periode tertentu. Definisi Profitabilitas lainnya menurut Andy dan Johan (2019) menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada periode tertentu. Sholikhah (2018) menjelaskan profitabilitas dijadikan indikator bagi investor dalam membeli saham. Ini menjadikan investor menganalisa profitabilitas dalam jangka waktu yang panjang sehingga menghasilkan keuntungan dari asset yang diperoleh sebelumnya. Dari analisa

profitability menunjukkan penghasilan laba dari keefektifan perusahaan manajemen. Profitability pada suatu perusahaan dikatakan maksimal apabila profitabilitas perusahaan dikelola dengan tingkat tinggi.

Likuiditas merupakan rasio yang digunakan perusahaan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya. Menurut Sutrisno (2009:215), “Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajibannya yang segera dipenuhi.” Rasio likuiditas menurut Kasmir (2012:110) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan seluruh komponen yang ada di aktiva, Sedangkan Menurut Agus Sartono (2008:116) mengatakan bahwa Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan untuk membayar kewajiban finansial jangka pendek tepat pada waktunya. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajibannya merupakan perusahaan yang likuid sedangkan perusahaan yang tidak mampu memenuhi kewajibannya disebut dengan perusahaan yang illikuid (Kasmir, 2012:110).

Leverage merupakan indikator yang digunakan perusahaan apakah perusahaan mampu biayai asetnya dengan utang. Utang yang dimiliki perusahaan dalam mendanai aset maupun pengelolaan modal menjadi indikator investor yang perlu diperhatikan apakah perusahaan ini mampu membayar utang-utangnya. Investor mengartikan penggunaan hutang sebagai kemampuan perusahaan melunasi utang perusahaan dimasa mendatang dan menunjukkan tanggapan positif dari pasar (Mustika dan Suwardika, 2017). Seberapa besar beban hutang yang di tanggung perusahaan untuk perbandingan aset yang dimilikinya. Dengan adanya *leverage*, perusahaan dapat memenuhi kewajiban dalam penggunaan modal sendiri dan pinjaman serta penentuan rasio kemampuan perusahaan. Pada prinsipnya utang yang digunakan untuk pembayaran pinjaman bunga. Pembayaran pinjaman bunga merupakan hasil atas pemotongan biaya penghasilan pajak. Dari pemotongan pajak, dananya dapat dijadikan sebagai peningkatan laba yang nantinya dialokasikan sebagai dividen. Jika perusahaan selalu membagikan dividen, maka minat investor semakin meningkat. Respon positif ini dapat meningkatkan penilaian pasar sehingga harga saham pun meningkat di pasar modal. Ini menjadi sinyal positif dari perusahaan dalam penggunaan utangnya yang baik bagi investor.

Ukuran Perusahaan adalah paparan total aset suatu perusahaan. Perusahaan besar yang memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi dan meminimalisir informasi asimetris yang terjadi mampu membayar investasinya dengan mudah. Menurut Mustika dan Suwardika (2017) perusahaan baik besar maupun kecil dapat kita lihat dari seberapa banyak aktiva yang dimiliki perusahaan. Fajaria dan Isnalita (2018) juga mengungkapkan *firm size* menunjukkan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan dan sebuah perusahaan yang besar memiliki keuntungan diantaranya adalah modal usaha, kuat dalam tawar menawar, dan laba yang besar.

Kaitan Antar Variabel

Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Menurut Husna dan Ibnu (2019) *Profitability* yang tinggi memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon positif dari informasi yang didapat yang memberikan peningkatan terhadap *firm value*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memperoleh laba menunjukkan kinerja perusahaan yang sangat baik sehingga investor memperoleh sentiment positif dalam meningkatkan harga saham

perusahaan. Sentiment ini ikut mempengaruhi stok harga di pasar dalam peningkatan *stock price*. Dalam penelitian Husna dan Ibnu (2019), Winarto (2015), Oktarina (2018), Suparno dan Pitoyo (2016), dan Andy dan Johan (2019) berpendapat *profitability* memiliki pengaruh positif terhadap *firm value*.

Hal ini sejalan dengan *signaling theory* yang menjelaskan pemberian isyarat dari perusahaan untuk laporan keuangan dan investor dalam peningkatan nilai pemegang saham. Jika investor mendapatkan sinyal berupa laba perusahaan yang meningkat, maka investor akan tertarik dengan perusahaan tersebut.

Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. Menurut Sartono (2010:114) Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya. Ukuran likuiditas perusahaan yang diproksikan dengan current ratio (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar (current asset) dengan hutang lancar (current liabilities). Likuiditas yang tinggi menunjukkan kekuatan perusahaan dari segi kemampuan untuk memenuhi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki sehingga hal ini meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut. Mahendra et al. (2012), menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Prisiliarompas (2013) dan Rustam (2013). Hasil yang berbeda yaitu menurut Wulandari (2014) likuiditas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Susilawati (2014), Nurhayati (2013) dan Nugroho (2012). Dari penjelasan diatas bahwa likuiditas menjadi sinyal bagi perusahaan untuk mengetahui dari segi kemampuan dalam memenuhi hutang lancar. Sedangkan untuk investor harus mengetahui juga apakah perusahaan tersebut mampu membayar hutangnya kepada investor.

Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. Leverage adalah rasio yang dipakai dengan perbandingan antara total hutang dengan total aset dari perusahaan yang bersangkutan. Leverage menjadi alat untuk meningkatkan kekayaan perusahaan. Dengan penggunaan leverage menjadi kemampuan perusahaan untuk menghindari pengurangan pajak (tax deductible) sehingga bunga dari leverage dapat menjadi pengurangan pajak sehingga firm value dapat meningkat. Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu Winarto (2015) dan Suwardika dan Mustanda (2017) yang menyatakan leverage memiliki pengaruh positif terhadap firm value. Dari penjelasan diatas leverage menjadi sinyal bagi perusahaan untuk berhati-hati dalam mengelola utangnya. Sedangkan untuk investor lebih berhati-hati menarik investasinya karena utang yang terus meningkat dan tinggi akan maka tingkat pengembalian utang juga tinggi.

Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Melihat ukuran perusahaan dapat kita lihat dari aset-aset perusahaan yang dimilikinya. Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka perusahaan tersebut adalah perusahaan besar sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Ini menjadi daya tarik para investor untuk berinvestasi. Namun, perusahaan memiliki aset dengan nilai rendah tentunya investor tidak mau menanamkan investasi ke perusahaan tersebut. Menurut Husna dan Satria (2019) dan Lietyasih dan Wiagustini (2017) menunjukkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan signaling theory bahwa ukuran perusahaan menjadi suatu cerminan bagi nilai perusahaan untuk investor dalam mendapatkan informasi terkait aset yang dimiliki perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

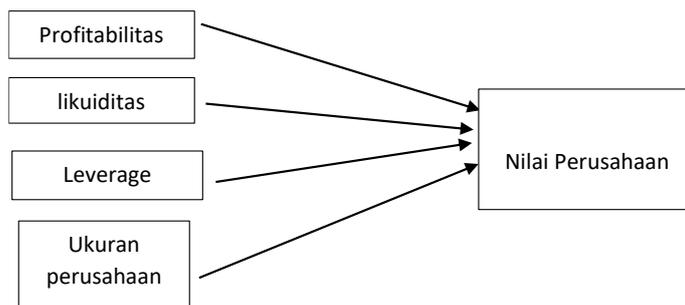
Berdasarkan penelitian, Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan guna mendapatkan laba yang terkait dengan penjualannya, total aktiva yang dimilikinya

maupun modal sendiri. Semakin tinggi laba yang didapatkan perusahaan maka perusahaan tersebut mencerminkan kondisi baik atau memiliki kinerja manajemen yang baik sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi terhadap perusahaan yang bersangkutan. H1: Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian, Likuiditas adalah salah satu factor yang dapat digunakan perusahaan untuk membayar kewajiban perusahaan yang harus diselesaikan. Dengan ini maka akan menjadi dampak yang sangat besar bagi nilai perusahaan guna menyakinkan investor. Tingginya Likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dalam keadaan baik dan dapat memenuhi kewajiban jangka pendek. Likuiditas yang semakin tinggi akan menyebabkan nilai perusahaan semakin tinggi. H2; Likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Leverage menjadi salah satu indicator perusahaan dalam berupa utang. Perusahaan dengan rasio *Leverage* yang rendah memiliki tingkat rasio leveragenya semakin kecil, dan tidak hanya itu penggunaan *Leverage* menjadi kemampuan perusahaan untuk menghindari pengurangan pajak (*tax deductible*) sehingga bunga dari *leverage* dapat menjadi pengurangan pajak sehingga *firm value* dapat meningkat. H3: *Leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat tercermin dari berbagai hal, salah satunya adalah terlihat dari total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Dengan begitu ukuran perusahaan akan menentukan prospek yang baik bagi nilai perusahaan. H4: Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran

Metodologi

Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dalam periode 2018-2020. Pemilihan sampel, metode yang digunakan adalah *purposive sampling* adalah industri perkebunan dengan kriteria 1) Perusahaan manufaktur sektor keseluruhan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia pada tahun 2018-2020 2) Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang mata rupiah atau menggunakan mata uang USD 3) Perusahaan manufaktur yang tidak memperoleh laba pada periode 2018-2020 dan 4) Perusahaan manufaktur yang tidak memperoleh laba pada periode 2018-2020 5) Perusahaan manufaktur yang melakukan IPO pada tahun 2018 – 2020 6) Perusahaan manufaktur yang laporan keuangan tidak terdaftar di BEI pada tahun 2018-2020

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

Variabel	KODE	Ukuran	Skala
Nilai Perusahaan	PBV	$\frac{\text{Market price perShare}}{\text{Book value perShare}}$	Ratio
Profitabilitas	ROA	$\frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$	Ratio
Likuiditas	CR	$\frac{\text{Total Current Assets}}{\text{Total Current Liabilities}}$	Ratio
Leverage	DAR	$\frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}}$	Ratio
Ukuran Perusahaann	Size	$\text{Ln}(\text{Total Assets})$	Ratio

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Dalam hasil uji statistic deskriptif ini memiliki tujuan untuk memperlihatkan nilai median, nilai mean, nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi.

Berdasarkan hasil uji deskriptif pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel nilai perusahaan dengan proksi PBV memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3.766944 dan nilai median 1.347990. nilai maksimumnya sebesar 84.01266. nilai minimum adalah 0.000780, dan nilai standar devisiasi adalah 8.710007

Hasil uji statistic deskriptif untuk periode 2018-2020 dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas dengan proksi ROA memiliki nilai rata-rata (mean) adalah sebesar 0.090954. nilai median adalah sebesar 0.064900. nilai maksimum adalah sebesar 0.921000. nilai minimum 0.000280, dan nilai standar devisiasi adalah sebesar 0.102889

Hasil uji statistic deskriptif untuk periode 2018-2020 dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas dengan proksi CR memiliki nilai rata-rata (mean) adalah sebesar 2.967587. nilai median adalah sebesar 2.171340. nilai maksimum adalah sebesar 13.26726. nilai minimum 0.020040, dan nilai standar devisiasi adalah sebesar 2.660350

Hasil uji statistic deskriptif untuk periode 2018-2020 dapat disimpulkan bahwa variabel leverage dengan proksi DER memiliki nilai rata-rata (mean) adalah sebesar

0.778328. nilai median adalah sebesar 0.517752. nilai maksimum adalah sebesar 5.442557. nilai minimum 0.003465, dan nilai standar deviasi adalah sebesar 0.797021

Hasil uji statistic deskriptif untuk periode 2018-2020 dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dengan proksi SIZE memiliki nilai rata-rata (mean) adalah sebesar 12.56910 nilai median adalah sebesar 12.43090. nilai maksimum adalah sebesar 16.35342. nilai minimum, 9.088342 , dan nilai standar deviasi adalah sebesar 0.999753.

Hasil Uji Analisis Data

1. Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.251934	10.03276	-0.224458	0.8227
PROFITABILITAS	16.50483	6.724847	2.454305	0.0152
LIKUIDITAS	-0.048521	0.294776	-0.164601	0.8695
UKURAN_PERUSAHAAN	0.282464	0.762546	0.370423	0.7116
LEVERAGE	1.422207	0.993294	1.431810	0.1542

Effects Specification

$$Y = -2.251934 + 16.50483 - 0.048521 + 0.282464 + 1.422207 + \varepsilon$$

2. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: CHOW_FEM
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.351429	(54, 104)	0.0953
Cross-section Chi-square	86.655656	54	0.0032

Hasil dari uji chow menunjukkan probabilitas sebesar 0.0032 lebih kecil dari 0.005 maka yang diinterpretasikan bahwa *fixed effect model* yang dipilih untuk penelitian ini

3. Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: HAUSMAN_RE_M
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	4.324892	4	0.3638

Hasil dari uji Hausman menunjukkan probabilitas sebesar 0.3638 lebih besar dari 0.05 maka yang diinterpretasikan bahwa *Random Effect Model* lebih baik digunakan untuk penelitian.

4. Uji F

Weighted Statistics			
R-squared	0.055805	Mean dependent var	3.214815
Adjusted R-squared	0.031902	S.D. dependent var	8.203530
S.E. of regression	8.072128	Sum squared resid	10295.16
F-statistic	2.334591	Durbin-Watson stat	1.570972
Prob(F-statistic)	0.047936		

Uji F memberikan hasil probabilitas F-statistic sebesar 0.000000 lebih kecil dari 0.05 maka yang diinterpretasikan model variabel independen dan variabel kontrol dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

5. Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.251934	10.03276	-0.224458	0.8227
PROFITABILITAS	16.50483	6.724847	2.454305	0.0152
LIKUIDITAS	-0.048521	0.294776	-0.164601	0.8695
UKURAN_PERUSAHAAN	0.282464	0.762546	0.370423	0.7116
LEVERAGE	1.422207	0.993294	1.431810	0.1542

Berdasarkan hasil uji T yang dilakukan variabel profitabilitas bersifat positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas bersifat negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Ukuran perusahaan dan Leverage bersifat positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

6. Uji Koefisien Determinasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.055805	Mean dependent var	3.214815
Adjusted R-squared	0.031902	S.D. dependent var	8.203530
S.E. of regression	8.072128	Sum squared resid	10295.16
F-statistic	2.334591	Durbin-Watson stat	1.570972
Prob(F-statistic)	0.047936		

Besarnya nilai R² yang mendekati angka satu yaitu menandakan bahwa kemampuan antara variabel independen dan variabel dependen yaitu sebesar 96.80%

Diskusi

Berdasarkan hasil pengujian statistic dengan uji parsial menunjukkan bahwa variabel ROA (Retun On Asset) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan hasil pengujian statistic dengan uji parsial yang menunjukkan bahwa variabel CR

(Current Ratio) berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian statistik dengan uji parsial menunjukkan bahwa variabel DER (Debt Equity Ratio) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian statistik dengan uji parsial menunjukkan bahwa variabel SIZE berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

Penutup

Berdasarkan hasil pengujian data pada penelitian ini, menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan. Keterbatasan dari penelitian ini yaitu a) Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini hanyalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2020. Sampel yang digunakan dari penelitian ini juga hanya sebanyak 165 sampel yang terdiri dari 55 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2020. (b) periode yang digunakan dalam penelitian ini hanya selama 3 tahun yaitu periode 2018-2020. (c) penelitian ini hanyalah meneliti dari beberapa variabel independen yaitu, profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan. (d) penelitian ini juga tidak menggunakan variabel moderasi. Adapun saran dari penelitian ini adalah a.) Bagi peneliti Pada penelitian selanjutnya dapat diharapkan untuk menambah variabel – variabel lainnya seperti firm growth, operating cash flow, capital structure, board size, corporate governance dan lain-lain untuk mengetahui pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dan serta peneliti yang lain dapat menambahkan periode selanjutnya. B) Bagi Investor Apabila investor ingin mengambil suatu Tindakan tidak boleh hanya berfokus pada laba saja karena Ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi belum tentu laba tersebut dapat mempengaruhi dari nilai perusahaan itu sendiri. C) Bagi Perusahaan Nilai Perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan karena dapat mengetahui kualitas dari perusahaan itu. Sebaiknya perusahaan tidak menggunakan seluruh labanya untuk meningkatkan laba agar kualitas dari nilai perusahaan tersebut tetap baik.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Ali, J., Feroji, R., & Ali, O. (2021). "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)". *Jurnal Neraca Peradaban* 1.2 (2021): 128-135.
- Azhar, Z. A., & Wijayanto, A. (2018). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2016)*. Diss. Faculty of Social and Political Sciences, 2018.
- Suryani, A. (2018). "Pengaruh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sector property dan real estate". *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 1.1 (2018): 49-59
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sector property dan real estate*. Diss. Udayana University, 2016
- Dewi, N. P. I. K., & Abundanti, N. (2019). "Pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi". *E-Jurnal Manajemen* 8.5 (2019): 3028-3056.

- Jiarni, T. (2019). "NILAI PERUSAHAAN; LEVERAGE, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN. *"Jurnal Riset Akuntansi (JUARA) 9.2 (2019): 92-99.*
- Ramadhani, R., Akhmadi, A., & Kuswantoro, M. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa, 2 (1), 21-42.*
- Uli., Ratna., Ichwanudin, W., & Suryani, E. (2020). "Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal Dan Profitabilitas. *"Tirtayasa Ekonomika 15.2 (2020): 321-332.*
- Putra, A. A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). *Pengaruh kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.* Diss. Udayana University, 2016.
- Wijaya, I. B. N. P., & Purnawati, N. K. (2014). *Pengaruh likuiditas dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh kebijakan dividen.* Diss. Udayana University, 2014.
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). "Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel mediasi pada perusahaan pertambangan. *"E-Jurnal Manajemen Unud 6.2 (2017): 1112-1138.*