

ANALISIS NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI

ANALYSIS OF FIRM VALUE IN CONSUMER GOODS INDUSTRY SECTOR COMPANIES

Khairunisa Umairah¹⁾, Jubaedah Nawir²⁾, Ardhiani Fadila³⁾

^{1),2),3)} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Correspondence author : k.umairah@upnvj.ac.id

ABSTRACT

By using a quantitative study, this research aims in order to find out the effect of Profitability, Capital Structure, and Firm Size on Firm Value. This research used consumer goods companies that generate profit and listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2020 period as a sample and sample technique used is a saturated sample, so that obtained 96 sample data. The method of analysis in this studies is through the panel data regression analysis with the results in this study showing that profitability and capital structure variables have a positive influence on the value of a company, while the company size variable has a negative influence on the value of a company.

Keywords: Capital Structure; Firm Value; Firm Size; Profitability

ABSTRAK

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian dilakukan guna dapat mencari tahu pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan. Sampel dari penelitian ini ialah 32 perusahaan barang konsumsi yang menghasilkan profit dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 dan menggunakan teknik sampel jenuh, sehingga diperoleh 96 data sampel. Metode analisis pada pengkajian ini ialah melalui analisis regresi data panel dengan hasil dalam studi ini memperlihatkan bahwa variabel profitabilitas dan struktur modal memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai suatu perusahaan sedangkan pada variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang negatif terhadap nilai suatu perusahaan.

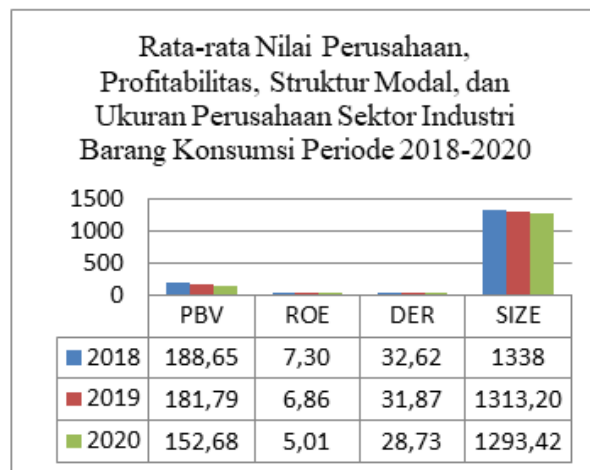
Kata Kunci: Nilai Perusahaan; Profitabilitas; Struktur Modal; Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi dapat mendukung kegiatan perusahaan menjadi lebih produktif sehingga, produktivitas perusahaan akan meningkat dan perusahaan dapat bersaing di dunia bisnis termasuk perusahaan yang bergerak diantara sektor pun saling bersaing termasuk sektor industri barang konsumsi. Sektor ini menopang sebagian besar pertumbuhan ekonomi Indonesia dan kebal terhadap dampak kemunduran ekonomi.

Prospek yang menjanjikan di sektor ini membuat para investor memiliki ketertarikan untuk melakukan investasi. Dalam melakukan investasi pada satu perusahaan, investor melihat nilai perusahaan tersebut sebagai bahan pertimbangan karena kinerja perusahaan dalam mengelola perusahaan tercermin dalam nilai perusahaan itu sendiri. Ditemukan berbagai indikator-indikator yang memengaruhi nilai suatu perusahaan yakni profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan.

Grafik 1. Diagram Sektor Industri Barang Konsumsi



Sumber: idx.co.id

Diagram diatas menunjukkan bahwa nilai perusahaan dari tahun 2018-2020 mengalami penurunan, dalam jangka panjang penurunan berdampak perusahaan dapat direspon negatif oleh investor dan investor akan mempertimbangkan kembali keputusan investasinya karena perusahaan dianggap tidak memberikan keuntungan atau *return* yang diharapkan. Terjadinya penurunan pada nilai perusahaan ini menandakan bahwa kinerja perusahaan menurun atau dalam kondisi yang kurang maksimal.

Profitabilitas perusahaan dalam grafik tersebut menunjukkan penurunan secara konstan di tahun 2018-2020 seiring dengan penurunan nilai perusahaan pada tahun tersebut. Fenomena tersebut sesuai dengan *research* yang digarap (Dewi & Abudanti, 2019) dan (Wijaya et al., 2021) mengemukakan profitabilitas dan nilai perusahaan saling memengaruhi satu sama lain. Akan tetapi, kontradiktif dengan *research* yang dilakukan (Wulandari et al., 2020) dan (Glory et al., 2020) mengemukakan tidak terdapatnya pengaruh atau keterkaitan antara profitabilitas dan nilai suatu perusahaan.

Pada Grafik 1. Struktur modal pada tahun 2018-2020 mengalami penurunan seiring dengan penurunan nilai perusahaan pada tahun tersebut. Hal tersebut seiring oleh *research* yang dilakukan (Ramdhonah et al., 2019) dan (Wijaya et al., 2021) mengenai berpengaruhnya struktur modal atas nilai suatu perusahaan. Namun demikian, tidak searah dengan *research* yang diadakan (Wardhani et al., 2021) dan (Putro, D., & Risman, A., 2021) mengemukakan tidak adanya pengaruh satu sama lain diantara struktur modal dan nilai suatu perusahaan.

Di tahun 2018-2020 ukuran perusahaan mengalami penurunan seiring dengan penurunan nilai perusahaan pada tahun tersebut. Dengan penjabaran fenomena diatas selaras dengan *research* yang dijalankan oleh (Riny, 2018) dan (Dewi & Abudanti, 2019) mengenai berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap nilai suatu perusahaan. Namun demikian, tidak sejalan dengan *research* yang dijalankan (Wulandari et al., 2020) mengutarakan ukuran sebuah perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan tersebut.

Dari penjabaran fenomena yang telah dijelaskan diatas, sehingga tujuan studi ini dilakukan ialah guna melihat dan menganalisis apakah berbagai faktor-faktor seperti profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan yang dapat memengaruhi nilai suatu perusahaan pada sektor industri barang konsumsi.

MATERI DAN METODE

Teori Sinyal

Menurut (Indriyani, 2017) sinyal ialah suatu tindakan manajemen dalam membagikan gambaran pada investor tentang perspektif suatu perusahaan. Teori ini menjelaskan bagaimana perusahaan harus memberi sinyal kepada para pihak yang menggunakan laporan keuangan. Ketika manajemen menerbitkan laporan keuangan, artinya manajemen telah menyampaikan sinyal kepada investor. Saat investor sudah menerima sinyal tersebut, selanjutnya mereka akan menginterpretasi dan menganalisisnya menjadi sinyal negatif ataupun positif bagi perusahaan.

Teori MM

Professor Franco Modigliani & Merton Miller mengemukakan teori ini ketika tahun 1958 dalam (Indriyani, 2017) menyatakan seharusnya struktur modal tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Asumsi M&M tidak termasuk beban broker, biaya kebangkrutan, atau pajak kemudian, manajemen dan investor mendapatkan informasi yang sama mengenai perusahaan (Kristianti, 2018). Selanjutnya M&M memperbaiki asumsinya dengan pernyataan apabila terdapat pajak, oleh sebab itu penggunaan utang akan memberikan peningkatan pada nilai suatu perusahaan.

Trade Off Theory

Teori ini menjabarkan bahwa perusahaan mengganti kegunaan pajak yang berasal dari bunga dengan

permasalahan yang disebabkan oleh kemungkinan kebangkrutan. Apabila taraf utang masih rendah, perusahaan dapat memperoleh keuntungan pajak yang berasal dari bunga sehingga, dapat menaikkan kinerja. Akan tetapi, apabila utang terus mengalami peningkatan dapat membuat kesulitan *financial* dan akan memberikan penurunan pada kinerja suatu perusahaan (Haryono et al., 2017).

Teori Agensi

Teori ini menjelaskan hubungan pemilik perusahaan dan manajer dimana pemilik mempercayakan pengelolaan bisnisnya kepada manajer berdasarkan kepentingan pemilik yaitu meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemilik sebagai bayarannya manajer akan mendapatkan upah dan kompensasi lainnya. Umumnya hubungan antara pemilik dan manajemen menciptakan asimetri informasi karena informasi yang lebih baik tentang perusahaan dimiliki manajemen dibanding pemilik. Jika kedua pihak berusaha untuk mementingkan kesejahteraan mereka sendiri akan terjadi konflik keagenan.

Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan efektivitas dan efisiensi penggunaan aset dan seluruh modal yang dimiliki perusahaan dalam melaksanakan aktivitas usaha serta menghasilkan manfaat bagi pembangunan berkelanjutan perusahaan (Suhendro, 2018). Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi menunjukkan keberhasilan kerja perusahaan untuk mendapatkan laba dan memberikan peluang perusahaan yang bagus sehingga, dengan profitabilitas perusahaan tinggi, nilai perusahaan juga menjadi ikut meningkat (Riny, 2018).

Struktur Modal dan Nilai Perusahaan

Perbandingan proporsi pendanaan yang akan digunakan organisasi atau perusahaan untuk mencukupi kebutuhan biaya perusahaan disebut dengan struktur

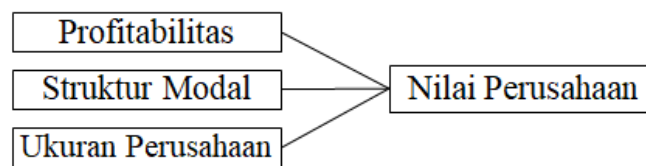
modal. Untuk mendapatkan struktur modal optimal dengan menyeimbangkan antara risiko dengan pengembalian hingga memaksimalkan harga saham. Makin besar nilai struktur modal maka nilai perusahaan turut mengalami peningkatan (Ngatno, 2018) karena apabila perusahaan memakai utang artinya dianggap mempunyai kapabilitas untuk membayar hutang saat jatuh tempo nanti.

Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah kapabilitas perusahaan ketika mendapatkan *trust* dari

masyarakat setelah melalui kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan (Sondakh, 2019). Dalam memperoleh dana, baik sumber pendanaan dari dalam ataupun luar ukuran suatu perusahaan yang tinggi dapat memengaruhi hal tersebut. Kemudian, apabila perusahaan semakin besar, nilai perusahaan turut mengalami meningkat karena investor memiliki harapan akan mendapatkan return yang tinggi di perusahaan besar.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Studi ini tergolong sebagai studi analisis kuantitatif dengan memanfaatkan jenis data sekunder. Populasi dan sampel berjumlah 32 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang menghasilkan profit dan terdaftar di BEI, berdasarkan cara sensus sampling jenuh didapatkan total 96 data sampel.

Variabel Penelitian

Kajian ini memanfaatkan rumus *Return On Equity*, *Debt to Equity Ratio*, *Ln (Total Asset)* untuk variabel dependen atau variabel Y. Sedangkan untuk variabel

independent atau variabel X ialah menggunakan *Price to Book Value*.

Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

Dalam studi ini memakai metode analisis regresi data panel dengan menggunakan Uji Parsial dan Uji Koefisien Determinasi untuk menguji hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	PBV	ROE	DER	SIZE
Mean	5.1396	0.1903	0.7230	29.0611
Max.	60.6717	1.4508	3.1590	32.7256
Min.	0.2945	0.0009	0.1301	25.9546
Std. Dev.	10.0296	0.2602	0.5541	1.5147
Observ.	96	96	96	96

Sumber : E-Views 11 (2021)

Atas dasar dalam Tabel 1, eksplanasi yang diperoleh sebagai berikut:

a. Variabel Nilai Perusahaan

Pada 32 perusahaan dan dijadikan sampel penelitian, rata-rata nilai perusahaan dari tahun 2018 hingga 2020 ialah sebesar 5.1396. Nilai PBV tertinggi sebesar 60.6717 berasal dari perusahaan UNVR di tahun 2019 serta nilai PBV terendah senilai 0.2945 berasal dari perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM) di tahun 2018, dengan nilai standar deviasi senilai 10.0296.

b. Variabel Profitabilitas

Dari keseluruhan perusahaan yang dimanfaatkan dan dijadikan sampel penelitian, rata-rata nilai profitabilitas selama tahun 2018-2020 ialah sebesar 0.1903 dengan nilai profitabilitas paling tinggi terdapat pada Unilever Indonesia Tbk (UNVR) di tahun 2020 sebesar 1.4508. Sementara nilai profitabilitas terendah dimiliki oleh Sekar Bumi Tbk (SKBM) di tahun 2019 senilai 0.0009, dengan nilai standar deviasi senilai 0.2602.

c. Variabel Struktur Modal

Nilai rata - rata struktur modal dari 32 periode pengamatan 2018-2020 ialah senilai 0.7230. Nilai struktur modal tertinggi ialah sebesar 3.1590 dan terdapat pada Unilever Indonesia Tbk (UNVR) ketika tahun 2020. Sedangkan nilai struktur modal paling rendah terdapat pada perusahaan CAMP di tahun 2020 senilai 0.0832 dengan nilai standar deviasi senilai 0.5541.

d. Variabel Ukuran Perusahaan

Umunya nilai ukuran perusahaan dari perusahaan dan digunakan sebagai sampel penelitian ialah sebesar 29.0611. Dengan nilai ukuran perusahaan tertinggi sebesar 32.7256 berasal dari perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) saat tahun 2019, sementara ukuran perusahaan terendah sebesar 25.9546 dimiliki Pyridam Farma Tbk (PYFA) di tahun 2018 dan nilai standar deviasi atau penyimpangan senilai 1.5147.

Uji Chow

Tabel 2. Hasil Uji Chow

Effects Test	Prob.
Cross-section F	0.0000
Cross-section Chi-square	0.0000

Sumber: E-Views 11 (2021)

Merujuk pada tabel 2, Cross section Chi Square menunjukkan nilai $0.0000 < 0.05$ yang artinya pendekatan yang akan dipakai dalam studi ini ialah *Fixed Effect Model*.

Kemudian, dilanjutkan dengan melakukan Uji Haussman.

Uji Haussman

Tabel 3. Hasil Uji Haussman

Test Summary	Prob.
Cross-section random	0.0000

Sumber: E-Views 11 (2021)

Berdasarkan Tabel 3, *Cross-section Random* memperlihatkan angka senilai $0.0000 < 0.05$ yang memiliki arti pendekatan paling akurat yang akan

digunakan pada penelitian ini ialah *Fixed Effect Model*.

Fixed Effect Model (FEM)

Tabel 4. *Fixed Effect Model*

Variable	Coefficient
C	62.17958
PROFITABILITAS	10.99921
STRUKTUR MODAL	2.877018
UKURAN PERUSAHAAN	-2.106396

Sumber: E-Views 11 (2021)

Atas dasar hasil pengolahan data yang dilakukan, regresi data panel sebagai berikut: $PBV = 62.17958 + 10.99921 (ROE) + 2.877018 (DER) - 2.106396 (SIZE)$

- Berdasarkan tabel 10, hasil uji regresi untuk nilai konstanta pada variabel dependen atau variabel nilai perusahaan sebesar 62.17958. Hal ini memiliki maksud bahwa apabila Profitabilitas (X_1), Struktur Modal (X_2), dan Ukuran Perusahaan (X_3) bernilai konstan, variabel PBV sebesar 62.179558.
- Variabel Profitabilitas (ROE) pada tabel diatas menunjukkan nilai sebesar

10.99921, maka dapat ditarik kesimpulan setiap kenaikan ROE sebesar satu, maka terjadi kenaikan PBV senilai 10.99921 dan memperlihatkan hubungan yang positif, yaitu dimana hubungan profitabilitas berbanding lurus dengan nilai suatu perusahaan.

- Variabel Struktur Modal (DER) ialah mempunyai nilai sebesar 2.877018 dengan arti bahwa jika terjadi kenaikan DER senilai satu, maka PBV juga meningkat sebesar 2.877018 dan ini menggambarkan hubungan yang positif yakni hubungan struktur modal berbanding lurus dengan nilai suatu perusahaan.

d. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai sebesar -2.106396, oleh sebab itu dapat dihasilkan simpulan jika setiap kenaikan ukuran perusahaan senilai satu maka nilai perusahaan akan turun senilai 2.106396. Sehingga, disimpulkan hubungan yang negatif

dimana saat terjadi kenaikan pada ukuran perusahaan menyebabkan nilai suatu perusahaan nantinya mengalami penurunan.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji t

Variable	t-Statistic	Prob.
C	2.372368	0.0208
PROFITABILITAS	3.963063	0.0002
STRUKTUR MODAL	3.550411	0.0007
UKURAN PERUSAHAAN	-2.349602	0.0220

Sumber: E-Views 11 (2021)

Berdasar atas hasil Tabel 5, interpretasi yang diperoleh ialah:

- a. Variabel profitabilitas menunjukkan perbandingan yakni $2.372368 > 1.98609$. Sementara nilai probabilitas yakni $0.0070 < 0.05$ yang memiliki arti bahwa antara profitabilitas dan nilai suatu perusahaan memiliki pengaruh yang positif.
- b. Struktur modal menunjukkan nilai perbandingan yaitu $3.550411 > 1.98609$. Kemudian, nilai probabilitas $0.0002 < 0.05$ dengan artian terdapat

pengaruh yang positif antara variabel struktur modal dengan nilai suatu perusahaan.

- c. Variabel ukuran perusahaan menunjukkan perbandingan nilai yaitu $-2.349602 < -1.98609$. Sementara nilai probabilitas $0.0220 < 0.05$, sehingga konklusi yang didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang negatif antara variabel ukuran perusahaan dengan nilai suatu perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Adjusted R-squared	0.982998
--------------------	----------

Sumber: E-Views 11 (2021)

Bersumber pada Tabel 6, besaran koefisien *Adjusted R-square* senilai 0.982998 ataupun senilai 98.29%, hal ini menggambarkan mengenai variabel terikat yakni nilai perusahaan mampu dijelaskan atau dipengaruhi variabel bebas diantaranya profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan senilai 98.29%. Sementara lainnya 1.71% (100% -

98.29%) diuraikan oleh variabel yang tidak digunakan dalam studi ini.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel profitabilitas dan nilai perusahaan pada studi ini memiliki pengaruh positif. Berdasarkan dengan teori sinyal, investor dalam melakukan investasi

memperhatikan profitabilitas perusahaan tersebut dikarenakan dengan tingginya profitabilitas dapat mengindikasikan perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik dalam menghasilkan profit. Kemudian, pemegang saham berkeyakinan bahwa perusahaan tersebut memiliki peluang yang menjanjikan di masa depan. Hal ini menjadi sinyal positif bagi mereka dan kepercayaan ini yang akan memengaruhi pada tingginya nilai perusahaan (Dewi & Abudanti, 2019).

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Atas dasar pengujian yang dilakukan menghasilkan variabel struktur modal dan nilai suatu perusahaan memiliki pengaruh positif, artinya apabila struktur modal mengalami peningkatan nilai perusahaan juga akan meningkat selaras dengan teori *trade off* dimana peningkatan utang mampu menaikkan kinerja perusahaan ketika tingkat utang masih rendah karena dapat memperoleh manfaat pajak dari bunga. Namun apabila utang terus meningkat dapat membuat kesulitan keuangan dan dapat menurunkan kinerja perusahaan.

Penggunaan utang yang besar memiliki tujuan untuk dapat memperluas perusahaan yang dipakai perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional yang tidak tercukupi oleh modal perusahaan tersebut. Kemudian, pandangan pemegang saham atau investor penggunaan utang dapat memberikan prospek keberlanjutan perusahaan yang bagus karena pandangan investor pada saat perusahaan memanfaatkan hutang memiliki arti perusahaan mempunyai kapabilitas dalam melakukan peningkatan kemampuan serta melakukan pembayaran hutang. Sehingga, investor menganggap hal tersebut menjadi sinyal positif dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam studi ini menerangkan bahwa ukuran perusahaan dan nilai perusahaan memiliki pengaruh negatif sesuai dengan teori sinyal, yaitu ukuran perusahaan yang dilakukan pengukuran menggunakan jumlah aset mempengaruhi nilai perusahaan namun, memiliki arah yang negatif artinya kenaikan ukuran suatu perusahaan tidak disertai dengan kenaikan nilai perusahaan karena dinilai mengakibatkan kurangnya efisiensi pengawasan aktivitas strategi serta operasional pada manajemen karena perusahaan sudah berada di fase mature dan dianggap sulit berkembang sehingga dapat mengurangi nilai perusahaan (Ramdhonah et al., 2019).

Dalam laporan keuangan, perusahaan dengan jumlah aset yang meningkat selama periode penelitian ini dikarenakan bertambahnya nilai aset lancar, seperti persediaan. Bagi investor, bertambahnya jumlah aset bukanlah sebuah pencapaian untuk suatu emiten, sebab investor menilai bahwa perusahaan memiliki aset yang berlebih seperti persediaan tidak dipergunakan dengan maksimal. Kemudian, pihak pengurus akan lebih mudah dalam membuat kecurangan sehingga, rasa khawatir dari investor akan timbul dan investor melihat ini sebagai sinyal negatif. Keadaan ini diakibatkan dari perbedaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham serta memicu perselisihan atau dikenal sebagai *agency conflict*.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas, studi ini memiliki kesimpulan yaitu terdapat pengaruh positif antara variable profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai suatu perusahaan, kemudian, terdapat pengaruh negatif antara variabel ukuran perusahaan terhadap nilai suatu perusahaan.

Diharapkan studi ini dapat dipergunakan sebagai pertimbangan bagi

manajemen perusahaan maupun investor untuk memperhatikan rasio profitabilitas dan struktur modalnya dalam keputusan investasi yang dilakukan. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel eksternal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada perusahaan industri barang konsumsi dan pihak-pihak yang terkait di dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, & Abudanti, N. (2019). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variable Mediasi. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 8(5), 3029–3057. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i05.p16>
- Glory, J. B., Yety, F., & Triwahyuningtias, N. (2020). Determinan Nilai Perusahaan Pada Subsektor Makanan Minuman Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(3), 239–247.
- Haryono, S. A., Fitriani, & Fatima, E. (2017). The Effect of Capital Structure and Ownership Structure on Firm Performance. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 14(2), 120–141.
- Indriyarni, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 332–347. <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.4649>
- Kristianti, I. P. (2018). Analisis Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dewantara*, 2(1), 57–69. <https://doi.org/10.29230/ad.v2i1.2222>
- Ngatno, C. A. T. (2018). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran dan Umur Perusahaan sebagai Variable Moderator. *JURNAL SOSIAL DAN POLITIK*, 1–16.
- Putro, D., & Risman, A. (2021). The Effect Of Capital Structure and Liquidity On Firm Value Mediated by Profitability. *The EURASEANs: Journal on Global Social Economic Dynamics*, (2(27)), 27-35. [https://doi.org/10.35678/2539-5645.2\(27\).2021.26-34](https://doi.org/10.35678/2539-5645.2(27).2021.26-34)
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting Research Journal*, 7(1), 67–82.
- Riny. (2018). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *JWEM*, 8(02), 139–150.
- Sondakh, R. (2019). The Effect Of Dividend Policy, Liquidity, Profitability and Firm Size On Firm Value In Financial Services Sector Industries Listed In Indonesia Stock Exchange 2015-2018 Period. *Accountability*, 08(02), 92–101.
- Suhendro, D. (2018). Analisis Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Rasio Keuangan Pada PT Unilever Indonesia Tbk Yang Terdaftar Di BEI. *At-Tawssuth*, III(I), 483–505.
- Wardhani, W. K., Titinsari, K. H., & Suhendro (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic and Business*, 5(1), 411–42. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.264>
- Wijaya, E., Budiyanto, & Asyik, N. F. (2021). Capital Structure Determinant and Profitability and Their Impact on Firm Value. *International Journal of Economic and Finance*, 13(10), 99–

109.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5539/ijef.v13n10p99>
Wulandari, R., Nurmantias, & Fadila, A.
(2020). Analisis Karakteristik
Perusahaan Terhadap Nilai

Perusahaan Sektor Industri Barang
Konsumsi Di BEI. *Bussiness
Management, Economics, and
Accounting National Seminar*, 411–
424