

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Nabilah Rafifah Khairunnisa^{1*} Tutty Nuryati², Tri Yulaeli³, Tri Widyastuti⁴,
Pratiwi Nila Sari⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

202010315105@mhs.ubharajaya.ac.id , tutty.nuryati@dsn.ubharajaya.ac.id ,
tri.yulaeli@dsn.ubharajaya.ac.id, triewidyastuti@yahoo.com ,
pratiwi@ubharajaya.ac.id

*Corresponden Author

ARTICLE INFO

Keywords: Ukuran Perusahaab,
Leverage, Profitabilitas, Nilai
Perusahaan

Received : 14, July 2024

Revised : 21, July 2024

Accepted: 28, July 2024

©2023The Author(s): This is an open-
access article distributed under the terms
of the [Creative Commons Atribusi 4.0
Internasional](#).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan manufaktur dari berbagai sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 164 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yaitu metode purposive sampling dengan memperoleh sebanyak 90 sampel perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri ini di Indonesia sangat pesat, tercermin dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor-sektor ini meliputi industri dasar dan kimia, berbagai industri, serta industri barang konsumsi, yang semuanya memiliki peranan penting dalam ekonomi nasional (Yuniastri et al., 2021).

Di BEI, terdapat perusahaan-perusahaan besar dengan aset yang besar pula, seperti Unilever Indonesia dengan total nilai aset sekitar Rp21,54 triliun, Astra International dengan Rp366,74 triliun, dan HM Sampoerna dengan Rp63,3 triliun (Wijayanti, 2023). Kehadiran mereka di pasar saham memberikan kesempatan bagi investor untuk ikut serta dalam pertumbuhan industri manufaktur Indonesia.

Dalam era industri 4.0, perusahaan berlomba-lomba untuk mencapai kesuksesan. Salah satu kunci utama adalah menarik investor dengan memperhatikan nilai perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik akan menarik investor untuk menginvestasikan dananya yang pada gilirannya akan meningkatkan harga saham. Namun, masih ada perusahaan dengan nilai perusahaan rendah, seperti yang terjadi pada PT Mulia Boga Raya Tbk (KEJU) mengalami penurunan laba sebesar 11% pada tahun 2023 disebabkan oleh kinerja keuangan yang buruk dan peningkatan total hutang perusahaan (Setiawati, 2023). Selain itu, dirasakan pula oleh PT Tjiwi Kimia, Tbk (TKIM) mengalami penurunan laba sebesar 61,15% dikarenakan

adanya fluktuasi harga bahan baku, efisiensi operasional, dan permintaan pasar yang menurun pada kuartal III tahun 2023 (Kontan.co.id, 2023).

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan, seringkali dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas (Indriaty et al., 2024). Indikator seperti *price to book value* (PBV) digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham perusahaan.

Untuk menjaga daya saing di Indonesia, perusahaan makanan dan minuman dituntut untuk mengembangkan infrastruktur, teknologi, dan sumber daya alam. Kinerja perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti indeks harga saham, tingkat suku bunga, dan kondisi fundamental perusahaan yang mencakup kondisi keuangan dan kinerja operasional (Santoso & Junaeni, 2022).

Terdapat faktor-faktor seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan yang memengaruhi terhadap nilai perusahaan (Soge & Brata, 2020). Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba dari kegiatan operasionalnya, dengan memanfaatkan dana yang diinvestasikan dalam bentuk aset (Susesti & Wahyuningtyas, 2022). Laba yang tinggi menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan karena investor mencari return yang optimal.

Tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan return yang tinggi pula kepada investor, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham (Santoso & Junaeni, 2022). Hal ini akan mendorong minat investor dalam membeli saham perusahaan, yang pada gilirannya akan meningkatkan permintaan saham dan harga pasar saham perusahaan.

Profitabilitas juga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang sering diukur dengan *Price Book Value* (PBV). Faktor-faktor seperti struktur modal dan ukuran perusahaan mempengaruhi profitabilitas (Apriantini et al., 2022b). Kesalahan dalam menentukan struktur modal dapat menyebabkan beban keuangan yang besar bagi perusahaan, terutama dalam hal pembayaran utang yang dapat meningkatkan risiko finansial.

Namun, terdapat perbedaan pendapat dalam penelitian terkait pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Lumapow (2022) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara Akbar & Fahmi (2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Saputri et al. (2021) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Anisa et al. (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menjaga tingkat profitabilitasnya dengan baik karena hal ini dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Selain itu, *leverage* juga memengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* adalah penggunaan utang oleh suatu perusahaan untuk mendukung kegiatan operasionalnya (Harianto & Hendrani, 2022). *Leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansialnya, yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjang. Dalam konteks penelitian ini, *leverage* direpresentasikan oleh *debt to equity* (DER), yang mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban dengan menggunakan modal sendiri (Indriaty et al., 2024).

Semakin tinggi nilai *debt to equity* (DER), semakin besar proporsi modal yang diperoleh dari utang digunakan untuk mendukung ekuitas perusahaan, sebaliknya nilai *debt to equity* (DER) yang rendah menandakan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik untuk bertahan dalam situasi yang sulit (Barnades & Suprihhadi, 2020). Rasio *debt to equity* (DER) yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan masih dapat memenuhi kewajibannya kepada kreditur.

Namun, terdapat perbedaan pendapat dalam penelitian terkait pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Indriaty et al. (2024) menyimpulkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan dengan nilai perusahaan. Sementara, Nugraha & Alfarisi (2020) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian oleh Dina & Wahyuningtyas (2022)

menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas dan *leverage*, faktor lainnya yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan, sebagai indikator kekuatan finansial, memiliki dampak penting terhadap kepercayaan pasar. Perusahaan besar cenderung mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari pembeli, karena dianggap memiliki kondisi ekonomi yang kuat (Sofiatin, 2020). Hal ini diperkuat oleh penelitian Dwi dan Rahmawati (2022) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber keuangan baik dari internal maupun eksternal.

Namun, ukuran perusahaan juga memiliki aspek risiko. Ramdhonah *et al.* (2019) menyoroti bahwa perusahaan besar dapat menghadapi risiko atas penggunaan aset oleh manajemen yang leluasa, yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Untuk mengatasi lingkungan kompetitif, perusahaan harus menerapkan investasi efisien guna meningkatkan nilai perusahaan dan return pemegang saham sesuai dengan tujuan perusahaan untuk memberikan nilai tambah bagi pemilik dan pemegang saham (Oktaviarni *et al.*, 2019).

Ukuran perusahaan juga memengaruhi akses keuangan perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin besar kemungkinan memperoleh pinjaman karena memiliki kepercayaan yang lebih tinggi dari lembaga keuangan (Yonata *et al.*, 2021). Namun, hal ini juga berimplikasi bahwa pemegang saham mungkin memiliki pengaruh yang lebih terbatas terhadap perusahaan. Oleh karena itu, meskipun ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan dan akses keuangan, manajemen harus mempertimbangkan risiko dan tujuan jangka panjang perusahaan dalam mengelola ukuran dan sumber daya finansialnya.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Andayani (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kolamban *et al.* (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan kepercayaan perusahaan lain untuk menjaga nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara pihak yang mendelegasikan pengambilan keputusan tertentu (principal/pemilik/pemegang saham) dan agen yang bertindak atas nama mereka (Said *et al.*, 2022). Teori agensi menekankan konsep kontrak di mana principal memberikan tugas kepada agen untuk melaksanakan jasa dan pendelegasian wewenang dalam pengambilan keputusan (Wardoyo *et al.*, 2022).

Nilai Perusahaan

Menurut Dewi & Abundanti (2019), nilai perusahaan adalah jumlah uang yang bersedia dikeluarkan oleh investor saat perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan ini berkaitan dengan persepsi investor tentang tingkat keberhasilan perusahaan, yang sering dihubungkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi, yang dapat meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga terhadap prospek masa depannya.

Ukuran Perusahaan

Secara umum, perusahaan merupakan suatu entitas yang melakukan kegiatan ekonomi untuk mengubah sumber daya menjadi barang atau jasa yang lebih bernilai guna, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan mencapai tujuan lainnya (Stawati, 2020). Ukuran perusahaan merujuk pada besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan (Hidayat & Khotimah,

2022). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk masuk ke pasar modal dan mendapatkan dana dari investor, yang kemudian dapat digunakan untuk kegiatan operasional sehari-hari, sehingga berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022).

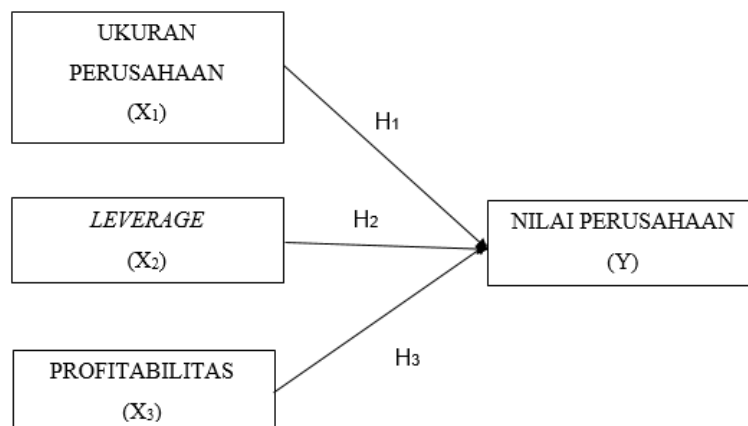
Leverage

Leverage adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana perusahaan membiayai aktivasnya dengan menggunakan dana utang (Yonata et al., 2021). Leverage merupakan pembiayaan modal perusahaan dengan menggunakan proporsi utang yang lebih besar daripada modal sendiri (Ariska et al., 2020).

Probabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba, yang seringkali berkaitan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi yang dilakukan (Nugraha & Alfari, 2020).

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Peneliti ingin menguji seberapa pengaruhnya profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai Perusahaan. Dengan profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen memengaruhi nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Ukuran perusahaan digunakan untuk mencerminkan skala perusahaan berdasarkan total aset yang dimilikinya. Perusahaan dengan skala besar cenderung memiliki kondisi yang stabil dan seringkali memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan dengan skala yang lebih kecil (Suaidah, 2020). Kehadiran perusahaan dengan skala besar juga menjadi daya tarik bagi para investor, yang membuat perusahaan lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan baik dari internal maupun eksternal untuk keperluan operasionalnya. Dengan meningkatnya minat investor dalam menyuntikkan modalnya ke dalam perusahaan, nilai saham perusahaan secara alami akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dina Anggraeni Susesti dan Endah Tri Wahyuningtyas (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₁ : Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Semakin tinggi *leverage*, semakin tinggi juga risiko investasinya. Perusahaan dengan rasio *leverage* rendah cenderung memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Oleh karena itu, jika investor melihat perusahaan dengan aset yang tinggi tetapi risiko *leverage* yang tinggi pula, mereka mungkin akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Novita et

al., 2022). Hal ini disebabkan kekhawatiran bahwa aset yang tinggi diperoleh dari hutang, yang dapat meningkatkan risiko investasi jika perusahaan tidak mampu melunasi kewajibannya tepat waktu. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susesti & Wahyuningtyas (2022) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis penelitian :

H_2 = *Leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan profitabilitas yang baik menunjukkan prospek masa depan yang cerah bagi perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Jika kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga sahamnya juga akan meningkat (Sulistiorini, 2022). Kenaikan harga saham mencerminkan nilai perusahaan yang positif bagi investor. Menurut (Hidayat & Khotimah, 2022), nilai pemegang saham akan meningkat jika nilai perusahaan juga meningkat yang ditunjukkan oleh tingkat pengembalian investasi yang tinggi bagi pemegang saham. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Petra (2022) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis :

H_3 = Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020). Terkait dengan hal tersebut, jenis penelitian ini dikembangkan dalam pendekatan eksplanatif yaitu menjelaskan hubungan dan pengaruh dari beberapa variabel penelitian. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu karena penelitian ini berupa angka-angka (Sugiyono, 2020). Penelitian ini memanfaatkan metode purposive sampling untuk mengumpulkan data dari lokasi yang spesifik dan mengambil sampel dari populasi yang sedang diteliti. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan atau laporan keuangan yang diterbitkan secara berkelanjutan selama periode 2019 - 2023 oleh perusahaan manufaktur di berbagai sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alat analisis dan pengujian yang digunakan meliputi uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak Eviews. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur dari berbagai sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 164 perusahaan. sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 18 perusahaan atau 90 sampel data dari perusahaan manufaktur yang berasal dari berbagai sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Uji Chow

Tabel uji Chow

Effect Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	14,907	(4,17)	0,000
Cross-section Chi-square	37,644	4	0,000

Sumber : data diolah e-views 2024

Hasil pengujian Chow yang tertera pada tabel diatas menunjukkan bahwa probabilitas *chi-square* untuk *cross section* lebih kecil daripada tingkat signifikansi, dengan nilai $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 terima, yang mengindikasikan bahwa Model *Fixed Effect Model* atau FEM adalah model regresi yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Hausman

Uji Hausman dipergunakan untuk menentukan opsi terbaik antara pendekatan Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM) ketika melakukan estimasi data panel. Hasil pengujian hausman sebagai berikut:

Tabel uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	19,468	3	0,0002

Sumber : data diolah e-views 2024

Berdasarkan uji Hausman yang ditampilkan pada tabel diatas, terlihat bahwa probabilitas untuk *cross section random* adalah $0,0002 < \text{nilai signifikansi } 0,05$. Hal ini menyebabkan H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang menunjukkan bahwa *Fixed Effect Model* atau FEM) adalah model regresi yang paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji lagrange multiplier digunakan apakah model Common Effect Model (CEM) atau Random Effect Model (REM) yang paling tepat digunakan. Hasil pengujian lagrange multiplier mengungkapkan bahwa uji Lagrange Multiplier memberikan nilai Breusch-Pagan yang lebih tinggi daripada nilai signifikansi, dengan perbandingan $0.5765 > 0.05$. Oleh karena itu, H_0 disetujui sementara H_1 ditolak, yang menunjukkan bahwa Model Efek Umum (Common Effect Model atau CEM) merupakan model regresi yang paling cocok dan optimal untuk diimplementasikan dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Variabel	Coefficient	Std.Error	t-statistic	Prob.
C	-507,964	130,754	-3,885	0,0002
UK	0,391	0,114	3,442	0,0009
LV	-0,570	0,102	-5,594	0,0000
PR	5,527	0,665	8,312	0,0000

Sumber : data diolah e-views 2024

Pada tabel diatas, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Dilihat dari nilai t_{hitung} variabel Ukuran Perusahaan (UK) sebesar $3,441 > t_{tabel} (1,986)$ maka dapat dikatakan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- 2) Dilihat dari nilai t_{hitung} variabel *Leverage* (LV) sebesar $-5,594 > t_{tabel} (1,986)$ maka dapat dikatakan bahwa variabel *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
- 3) Dilihat dari nilai t_{hitung} variabel profitabilitas (PR) sebesar $8,311 > t_{tabel} (1,986)$ maka dapat dikatakan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Koefisien R-Square digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variasi dalam variabel dependen dipengaruhi oleh variasi dalam variabel independen. Nilai koefisien determinasi dapat ditemukan dalam tabel yang tersedia:

R-Squared	0,517
Adjusted R-squared	0,500
S.E.of regression	698,686
Sum squared resid	41981971
Log likelihood	-715,087
F-statistic	30,666
Prob(F-Statistic)	0,000

Sumber : data diolah e-views 2024

Dari tabel di atas, nilai Adjusted R-square yang didapat dari penelitian adalah 0,499 artinya pengaruh variabel ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 49,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 50,1%.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya ukuran perusahaan yang diperoleh dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana, ukuran perusahaan mencerminkan besarnya aset dan skala operasionalnya terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung lebih mudah mendapatkan akses ke pasar modal untuk mendapatkan dana tambahan yang mendukung ekspansi dan inovasi. Selain itu, skala operasional yang besar memungkinkan efisiensi biaya dan pengelolaan yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas dan nilai pasar perusahaan. Namun, perusahaan besar juga lebih diperhatikan oleh regulator dan investor, yang menuntut tingkat transparansi dan tata kelola yang tinggi. Oleh karena itu, manajemen risiko dan pengawasan yang ketat menjadi krusial dalam mempertahankan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dina Anggraeni Susesti dan Endah Tri Wahyuningtyas (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* yang diperoleh dapat berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sehingga mengakibatkan *leverage* yang tinggi. *Leverage* yang tinggi meningkatkan risiko keuangan perusahaan karena adanya kewajiban untuk membayar bunga dan pokok hutang. Ini dapat mengurangi fleksibilitas keuangan perusahaan dalam menghadapi fluktuasi pasar atau keadaan ekonomi yang tidak terduga. Investor dapat menjadi hati-hati dalam menilai nilai perusahaan dengan *leverage* tinggi karena risiko gagal bayar yang lebih tinggi jika perusahaan menghadapi kesulitan keuangan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susesti & Wahyuningtyas (2022) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini membuktikan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur dari berbagai sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023 dipengaruhi oleh *leverage*.

Dari hasil penelitian, semakin tinggi atau rendahnya profitabilitas diperoleh dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi tidak hanya menunjukkan kesehatan finansial perusahaan tetapi juga menarik minat investor. Profitabilitas yang meningkat juga memperkuat nilai perusahaan di pasar saham. Kenaikan laba dapat mendorong peningkatan harga saham, mencerminkan optimisme investor terhadap prospek pertumbuhan perusahaan. Ini berarti nilai perusahaan, yang tercermin dalam valuasi sahamnya, bisa meningkat seiring dengan peningkatan profitabilitas. Investor cenderung tertarik pada perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara konsisten, karena hal ini menjanjikan potensi return yang lebih baik atas investasi mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Petra (2022) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini membuktikan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur dari sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023 dipengaruhi oleh profitabilitas.

KESIMPULAN

1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap terhadap nilai perusahaan
2. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap terhadap nilai perusahaan
3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap terhadap nilai perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I., Eprianto, I., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Tax Avoidance* Pada Perusahaan Property Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2017-2021. *Jurnal Economina*, 2(2), 464-475.
- Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 62–81. [Http://Jim.Unsyiah.Ac.Id/Ekm](http://jim.unsyiah.ac.id/Ekm)
- Ali, J., Faroji, 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), 128–135. [Www.Sahamok.Com](http://www.sahamok.com)
- Ananda, C. R. (2020). Pengaruh *Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Journal Of Business And Economics (JBE) UPI YPTK*, 5(3), 8–14. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.V5i3.99>
- Anggusti, M., Bhastari, M. D., & Khairani, S. (2020). *Sistem Informasi Manajemen*.
- Apriantini, N. M., Widhiastuti, N. L. P., & Novitasari, N. L. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (Kharisma)*, 4(2), 190–201.
- Ariska, M., Fahru, M., & Kusuma, J. W. (2020). *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Dan Pengaruhnya Terhadap *Tax Avoidance* Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2019. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 133–142. <https://doi.org/10.46306/Rev.V1i1>
- Barnades, A. N., & Suprihhadi, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei Periode (2014-2018). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(6).
- Dewi, N. L. P. A., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio *Leverage* Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 1(1).
- Dewi, N. P. I. K., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3028. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I05.P16>
- Dewi, R., & Soedaryono, B. (2023). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1831–1840. <https://doi.org/10.25105/Jet.V3i1.16209>
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 118-126.
- Diana Nabella, S., Munandar, A., & Tanjung, R. (2022). Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Measurement : Jurnal Akuntansi*, 16(1), 97–102. [Www.Idx.Co.Id](http://www.idx.co.id)

- Fadillah, A., Tiara, S., & Elviani, S. (2021). Tinjauan Teoritis Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 531–534. <https://doi.org/10.37641/Jiakes.V9i3.941>
- Fairus, M. D., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Lverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik (JUMATI)*, 1(3), 572-583.
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V5i1.273>
- Ghozali. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariato, R., & Hendrani, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 3894–3902. <https://journal.lkopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022a). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/Jiakes.V10i1.1175>
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022b). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/Jiakes.V10i1.1175>
- Himawan, H. M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan *Real Estate* Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).
- 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>
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81.
- Islamiah, F. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 225–230.
- Isnaeni, W. A., Santoso, B., Rachmawati, E., & Santoso, S. E. B. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Review Of Applied Accounting Research (RAAR)*, 1(1), 14–24.
- Kinasih, H. W., Oktafiyani, M., & Yovita, L. (2018). Keterkaitan Antara Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba : Sebuah Perspektif Teori Agency. In *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Vol. 3, Issue 2). <http://www.jpeb.dinus.ac.id>
- Kolamban, D., Murni, S., Baramuli, D., Kolamban, D. V, Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), 174–183.
- Kurniadi, A. F., & Wardoyo, D. U. (2022). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Dalam Perspektif Teori Agensi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020). In *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* (Vol. 1, Issue 2).
- Lamba, A. B., & Atahau, A. D. R. (2022). Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimediasi Profitabilitas. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 16–31. <https://doi.org/10.18196/Rabin.V6i1.12698>
- Lasini, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan [Doctoral Dissertation]. In (*Doctoral Dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang*). Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

- Mufidah, N., & Utiyati, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perkebunan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(2).
- Nabilah, J., Khasanah, U., & Nuryati, T. (2023). Pengaruh *Leverage*, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1147-1152.
- Nailufaroh, L., Suprihatin, N. S., & Mahardini, N. Y. (2022). The Impact Of *Leverage*, Managerial Ownership, And Capital Intensity On *Tax Avoidance*. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan (KEBAN)*, 1(2), 35–46.
- Novita, H., Samosir, R. C., Sarumaha, K., & Saragih, E. (2022). Pengaruh Harga Saham, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020. *Akuras: Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 77–86.
- Nugraha, R. A., & Alfarisi, M. F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mirai Management*, 5(2).
- Oktaviarni, F., Murni, Y., & Suprayitno, B. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.33369/J.Akuntansi.9.1.1-16>
- Pradanimas, A., & Sucipto, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Harga Saham Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 7(1), 93–104.
- Putra, I. W., Mangantar, M., & Untu, V. N. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018 (Studi Kasus Sub Sektor Food And Beverage). *Jurnal Emba*, 9(2), 92–100.
- Putri, A., Lukita, C., & Astriani, D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di BEI. *Prosiding Konferensi Ilmiah Akuntansi*.
- Putri, M., Nuryati, T., Rossa, E., Faeni, D. P., & Manrejo, S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan & Minuman Terhadap *Tax Avoidance*. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(4), 725-736.
- Rivandi, M., & Petra, B. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2571–2580.
- Robiyanto, R., Nafiah, I., Harijono, H., & Inggawati, K. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan Dan Pariwisata Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14(1), 46–57. <https://doi.org/10.32812/Jibeka.V14i1.153>
- Rolanta, R., Dewi, R. R., & Suhendro. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 16(2), 57–66.
- Said, H. S., Khotimah, C., Ardiansyah, D., Khadrinur, H., & Putri, M. I. (2022). Teori Agensi : Teori Agensi Dalam Perspektif Akuntansi Syariah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(5), 2434–2439. <https://journal.lkopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1597–1609. <https://doi.org/10.33395/Owner.V6i2.795>
- Santoso, J., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth, *Leverage*, Profitabilitas Dan Tingkat Internasionalisasi Terhadap Pengungkapan Aset Biologis. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 1(3), 140–153.
- Sari, R. H., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Size, *Leverage*, Dan Capital Intensity Terhadap Tarif Pajak Efektif. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik (JUMATI)*, 1(3), 487-495.

- Setiawan, D., Rohanda, I., & Abbas, D. S. (2021, June). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Net Profit Margin Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2018). In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis* (Pp. 417-424).
- Setiawati, S. (2023, Agustus 02). Sebelum Beli, Intip Dulu Kinerja Emiten Consumer Goods 2023. Diambil kembali dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230802122603-17-459486/sebelum-beli-intip-dulu-kinerja-emiten-consumer-goods-2023>
- Setiowati, D. P., Salsabila, N. T., & Eprianto, I. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Economina*, 2(8), 2137–2146. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i8.724>
- Sinta Dewi, V., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(1), 118–126.
- Sofiatin, D. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuditas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bei Periode 2014-2018). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 47–57. <https://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma>
- Soge, M. S. N., & Brata, I. O. D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(2), 1767–1788.
- Stawati, V. (2020). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Urnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(2), 147–157.
- Suaidah, Y. M. (2020). Analisis Financial Performance Dan Firm Value Perusahaan Sektor Industri Logam Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 16(1), 19–30. <https://doi.org/10.21067/Jem.V16i1.4637>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiorini, J. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Terkonsentrasi Terhadap Nilai Perusahaan. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 9(1), 40–53.
- Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Accounting And Management Journal*, 6(1), 36–49.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Wardani, D. K., & Anggrenita, V. (2022). Pengaruh Likuiditas Dan Persistensi Laba Terhadap Kualitas Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(2), 225–236.
- Wardani, D. K., & Kelka, W. W. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(10), 2019–2026.
- Wardoyo, D. U., Rahmadani, R., & Tri Hanggoro, P. (2022). Good Corporate Governance Dalam Perspektif Teori Keagenan. In *EKOMA : Jurnal Ekonomi* (Vol. 1, Issue 1).
- Wijayanti, R. I. (2023, September 19). Deretan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2023. Diambil kembali dari www.idxchannel.com: <https://www.idxchannel.com/market-news/deretan-perusahaan-manufaktur-yang-terdaftar-di-bei-2023>
- Wulandari, S., Masitoh, E., & Siddi, P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(4), 753-761.

- Yonata, H., Samara, A., & Susanti, M. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2a), 14–25. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2a.130>
- Yulaeli, T., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Arus Kas Bebas, Dan Kebijakan Hutang Terhadap Kinerja Keuangan (Literature Review Analisis Laporan Keuangan). *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik (JUMATI)*, 1(1), 14-24.
- Yulianti, V., Wulandari, D. S., & Sopiah, S. (2023). Analisis Stabilitas Keuangan Dan Tekanan Eksternal Terhadap Kecurangan Laporan Keuangan Dengan Pendekatan Teori Keagenan. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 3(4), 519–528. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.643>
- Yuniastri, N. P. A., Endiana, I. D. M., & Kumalasari, P. D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1).
- Yusuf, M., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 786–801.
- Zidane, R., & Suwarti, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Capital Structure Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan *Real Estate* Dan Property Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2021. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 13(03), 1013-1023.