Brainy
Volume 5, No. 2, Bulan Desember 2024, Halaman. 91-103
ISSN 2962-4622

NILAI PERUSAHAAN: ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Lydia Kurniawan[1], Swesti Mahardini[2], Patricia[3]

[1,2,3]*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I , Jl. Salemba Raya No.9A 1, Jakarta Pusat, Indonesia*

received: 30/10/2024; revised: 18/11/2024; accepted: 24/12/2024

ABSTRACT

Listed food and beverage commercial enterprises in Indonesia from 2019 to 2023 are the focus of this study, which seeks to experimentally evaluate the hypothesis that leverage, sales development, and profitability impact business value. Using a purposive selection technique, this study draws from secondary sources and examines retail businesses listed on the Indonesian stock market between 2019 to 2023. This study drew from a pool of 28 firms out of a total of 95 that are listed on the Indonesian stock market. E-Views12 is the data analysis tool utilised. This study's findings reveal that firm value is affected by profitability and leverage but is unaffected by sales growth. With this study's findings as a guide, investors will have an easier time selecting profitable share prices by learning what factors affect a business's worth, which in turn affects the share price.

***Keywords*:** *business value; leverage; profitability; sales growth*

ABSTRAK

Perusahaan komersial makanan dan minuman yang terdaftar di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2023 adalah fokus dari penelitian ini, yang bertujuan untuk mengevaluasi secara eksperimental hipotesis bahwa leverage, perkembangan penjualan, dan profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik pemilihan purposive, penelitian ini menggunakan sumber-sumber sekunder dan meneliti bisnis ritel yang terdaftar di pasar saham Indonesia antara tahun 2019 hingga 2023. Penelitian ini mengambil sampel 28 perusahaan dari total 95 perusahaan yang terdaftar di pasar saham Indonesia. E-Views12 adalah alat analisis data yang digunakan. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas dan leverage, tetapi tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan. Dengan temuan studi ini sebagai panduan, investor akan lebih mudah memilih harga saham yang menguntungkan dengan mempelajari variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan, yang pada gilirannya mempengaruhi harga saham.

Kata Kunci: leverage; nilai perusahaan; pertumbuhan penjualan; profitabilitas

* lydiakurniawanstieyai@gmail.com

PENDAHULUAN

Permintaan terhadap bisnis yang tidak akan pernah gulung tikar ini dipastikan akan kuat karena bisnis ini memenuhi keinginan dasar manusia. Pertanian, peternakan, produksi, pengawetan, penjadwalan, dan pengemasan merupakan bagian dari industri makanan, yang merupakan salah satu pasar yang paling aman bagi investor. Karena permintaan dan minat yang besar, banyak orang di Indonesia yang memulai bisnis ritel di subsektor makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari penduduk setempat. Karena banyaknya varian makanan dan minuman baru yang berpotensi menarik minat masyarakat, industri makanan dan minuman memainkan peran penting saat ini. Industri makanan dan minuman dapat mengoptimalkan pendapatan dan meminimalkan kerugian dalam lingkungan dengan keterlibatan dan permintaan yang tinggi.

Bisnis yang mapan perlu memiliki rencana untuk masa depan dan kemampuan untuk mengambil tindakan yang tegas. Suatu bisnis hanya dapat tumbuh dan berkembang jika ada jalur yang jelas menuju keuntungan finansial. Profitabilitas, atau tingkat kenaikan penjualan, berhubungan langsung dengan tingkat pertumbuhan dalam industri makanan dan minuman. Akibatnya, likuiditas bisnis akan menurun dan nilainya akan meningkat. Tujuan utama suatu bisnis adalah untuk meningkatkan reputasinya di mata masyarakat dan pemerintah.

Teori Sinyal membahas tentang bagaimana sebuah perusahaan harus berkomunikasi dengan para pembaca laporan keuangan (Pangestu, SP, & Wijayanto, A., 2020). Sinyal ini diberikan melalui rincian tindakan yang diambil oleh manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik. Materi pemasaran atau iklan yang menonjolkan keunggulan perusahaan atas pesaing merupakan contoh sinyal. Tujuan dari teori sinyal ini adalah untuk memastikan apakah hasil penyelidikan ini cenderung positif atau negatif. Dengan asumsi sinyal yang menguntungkan, peneliti akan bereaksi dengan tepat, yang memungkinkan mereka untuk membedakan antara perusahaan yang sangat baik dan yang buruk dengan demikian, nilai perusahaan akan meningkat sebagai hasilnya. Di sisi lain, sinyal negatif akan menyebabkan peneliti bereaksi tidak menguntungkan, yang pada gilirannya akan berdampak negatif pada nilai perusahaan.

Informasi tentang profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas dapat dikirimkan kepada mereka yang membutuhkannya menggunakan sinyal sesuai dengan teori sinyal dalam penelitian ini. Menurut teori sinyal, pilihan investasi perusahaan memberikan sinyal positif tentang perkembangan bisnis di masa depan, yang pada gilirannya meningkatkan harga saham bisnis di pasar modal, yang merupakan ukuran nilai bisnis.

Banyak investor menggunakan harga saham sebagai proksi untuk nilai bisnis, yang merupakan estimasi mereka terhadap kinerja bisnis. Nilai perusahaan meningkat seiring dengan harga sahamnya. Nilai bisnis didefinisikan sebagai jumlah semua hasil positif yang dihasilkan dari sejarah operasinya yang panjang dan tingkat kepercayaan publik terhadapnya (Efendi, MF, & Idayati, F., 2020). Pandangan masyarakat dan pemerintah tentang keberhasilan bisnis sangat dipengaruhi oleh valuasinya. Perusahaan yang lebih baik adalah perusahaan dengan nilai yang lebih besar. Ketika memutuskan apakah akan menanamkan uang ke dalam bisnis atau tidak, investor melihat nilainya. Metrik lain untuk mengukur kekayaan pemegang saham adalah nilai perusahaan. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan lebih banyak kekayaan pemegang saham, dan sebaliknya.

Dengan menggunakan PBV, seseorang dapat mengukur nilai suatu bisnis. Rasio PBV membandingkan harga saham saat ini dengan nilai bukunya. Rasio ini sering kali lebih dari 1 untuk perusahaan yang sukses, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham mereka melebihi nilai bukunya. Ketika PBV kuat, investor yakin akan keberhasilan bisnis di masa depan, yang meningkatkan nilai pemegang saham. Dari sudut pandang keinginan pemegang saham, PBV merupakan ukuran nilai perusahaan (WAHYUNINGSIH, AE, 2022).

Salah satu hal yang menentukan nilai perusahaan adalah profitabilitasnya. Profitabilitas adalah cara perusahaan mengubah aset atau uangnya menjadi laba. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021)). Secara tidak langsung, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kapasitas dan ketepatannya dalam menghasilkan laba. Dan jika perusahaan tersebut sukses secara finansial, maka perusahaan tersebut akan tergambar secara positif karena nilai bisnisnya yang tinggi. Menurut penelitian yang dikutip dalam (Maharani, V. (2022)), nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh profitabilitasnya. Namun, hal ini bertentangan dengan temuan (Fernando, J. (2023)) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Indikasi signifikan penerimaan pasar terhadap barang dan operasi perusahaan adalah pertumbuhan penjualan, yang dapat diukur dari pendapatan yang diperoleh dari penjualan (Kurniawan, E., & Satria, D., 2021). Istilah "pertumbuhan penjualan" menggambarkan kenaikan pendapatan perusahaan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Kenaikan penjualan memastikan bahwa perusahaan dapat memenuhi komitmen keuangannya tepat waktu dan menikmati laba yang lebih tinggi secara keseluruhan.

Salah satu tolok ukur ketahanan perusahaan dalam menghadapi guncangan ekonomi dan sektoral adalah rasio pertumbuhan penjualan (Nopitasari, N., 2023). Ketika penjualan meningkat, hal itu akan membantu laba bersih dan arus kas perusahaan. Tingkat

pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi berkorelasi langsung dengan tingkat laba yang lebih tinggi, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Nilai bisnis yang tinggi merupakan hasil dari kapasitas perusahaan untuk membayar komitmennya secara penuh dan tepat waktu, yang dimungkinkan oleh peningkatan penjualan yang substansial.

Indikator yang menggembirakan bagi investor adalah berlanjutnya peningkatan penjualan. Dengan demikian, investor akan memperoleh keuntungan lebih banyak jika pertumbuhan penjualan meningkat. Hal ini berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Menurut penelitian yang diterbitkan oleh Bitasari, I., Puspita, E., & Astuti, P. (2024) dan Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022) pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang menyatakan tidak ada korelasi antara pertumbuhan penjualan dengan nilai perusahaan (Imajawan, R., & Triyonowati, 2021; SEPTINI, RS, 2022).

Leverage merupakan salah satu elemen yang memengaruhi nilai perusahaan, di samping profitabilitas dan pertumbuhan penjualan. Salah satu cara untuk mengevaluasi kesehatan pembiayaan utang perusahaan adalah dengan melihat rasio leverage-nya. Selain itu, ketika perusahaan menambah kas untuk meningkatkan laba, keberadaan leverage membantu perusahaan. Di sisi lain, nilai perusahaan akan menurun jika tingkat utangnya terlalu tinggi. Oleh karena itu, perusahaan mungkin merasa tidak yakin tentang masa depan profitabilitasnya.

Salah satu cara untuk menilai solvabilitas suatu perusahaan adalah dengan melihat leverage-nya. Kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi utangnya kepada kreditor berbanding lurus dengan tingkat leverage-nya (Budiman, M., Siregar, MAP, & Kurniawan, L.) (2024). Leverage suatu perusahaan adalah kemampuannya untuk mengendalikan penggunaan dana pinjaman untuk mendukung operasinya. Kinerja suatu perusahaan mungkin kuat meskipun utangnya besar. Namun jika utangnya melebihi batas, kinerja perusahaan akan turun.

Laba bersih suatu perusahaan dapat diuntungkan dari pengelolaan utang yang cermat, yang pada gilirannya akan meningkatkan leverage dan nilai perusahaan. Dengan demikian, hal ini dapat menjadi indikator yang mendorong calon investor untuk menanamkan uangnya di perusahaan tersebut. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Idayati, F. (2020) menemukan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kurniadiantoyo, GMU, dan Kurnia, K. (2022) tidak menemukan korelasi antara leverage dan nilai perusahaan, sehingga temuan ini bertentangan dengan keduanya.

Berdasarkan latar masalah, mudah untuk melihat berapa banyak faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, termasuk ukuran, profitabilitas, tekanan, pertumbuhan portofolio, kebijakan pembayaran, likuiditas, harga saham, kebijakan utang, kualitas laba, dan pertumbuhan penjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara nilai perusahaan makanan dan minuman yang diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta dari tahun 2019 hingga 2023 dan faktor-faktor berikut: profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan leverage. Peneliti melihat ketiga elemen ini sebagai kemungkinan dampak karena temuan penelitian sebelumnya tidak konsisten karena adanya kesenjangan penelitian. Dengan judul "Nilai Perusahaan: Analisis Faktor yang Mempengaruhinya (Studi Kasus pada Perusahaan Retail Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2019-2023).

METODE

Penelitian ini menggunakan strategi investigasi deskriptif dan asosiasi untuk mengidentifikasi hubungan faktor-faktor tersebut. Tujuan dari laporan ini adalah untuk menganalisis bisnis ritel makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dari

tahun 2019 hingga 2023 dalam hal nilainya sebagai fungsi dari leverage, nilai bisnis, dan pertumbuhan penjualan.

"Faktor dependen merupakan faktor yang dipengaruhi atau merupakan akibat adanya faktor independen," ujar Sugiyono (2022) saat diminta untuk mendefinisikan faktor dependen. Tidak mungkin melakukan pengujian asumsi yang tepat menggunakan teknik statistik tanpa terlebih dahulu mengoperasionalkan komponen-komponen yang relevan dengan penelitian untuk menetapkan konsep, dimensi, indikator, dan skalanya. Hal ini sejalan dengan judul penelitian saya, yaitu Nilai Perusahaan: Analisis Faktor yang Mempengaruhinya (Studi Kasus pada Perusahaan Retail Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2019-2023).

Dengan menggunakan PBV, seseorang dapat menentukan nilai perusahaan. PBV lebih dari 1 menunjukkan bahwa harga saham saat ini sudah pasti lebih rendah dari nilai kapitalnya (undervalued), sedangkan PBV kurang dari 1 menunjukkan bahwa harga perdagangan saham lebih rendah dari nilai bukunya (overvalued) (Dewi, FK, 2022). Dengan menggunakan PBV, seseorang dapat menghitung nilai perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Harga terhadap Nilai Buku} = \frac{Harga\ pasar\ per\ lembar\ saham}{Nilai\ buku\ per\ lembar\ saham}$$

Kurniawan dan Satria (2021) menyatakan bahwa tujuan menghitung profitabilitas suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan gambaran tentang seberapa baik kinerja keuangannya dalam jangka waktu tertentu. Lebih dari itu, perhitungan ini memberikan gambaran menyeluruh tentang seberapa baik manajemen menjalankan tugas operasionalnya. Pendapatan dari investasi dan penjualan menunjukkan seberapa sukses manajemen. Dengan menggunakan ROA, seseorang dapat memperoleh perhitungan profitabilitas berikut:

$$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aktiva}\ x\ 100\%$$

Salah satu aspek terpenting dari setiap perusahaan adalah pertumbuhan penjualannya. Sejalan dengan laju peningkatan penjualan, margin laba akan melebar. Prospek kelangsungan hidup perusahaan, serta prospek pemilik dan pekerjanya, ditingkatkan dengan peningkatan pertumbuhan penjualan. Dalam (Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. (2022)) Pertumbuhan penjualan mengacu pada kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba melalui penerapan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut adalah rumus yang dapat digunakan untuk menghitung pertumbuhan penjualan:

Pertumbuhan Penjualan = (Penjualan (t) - Penjualan (t-1)) / (Penjualan (t-1))

Leverage suatu organisasi dapat didefinisikan sebagai rasio total utang terhadap total modalnya. Peminjaman uang untuk mendanai operasi memiliki kekuatan untuk meningkatkan laba bersih perusahaan (Kurniadiantoyo, GMU, & Kurnia, K. (2022)). Berikut ini adalah rumus DER yang dapat digunakan untuk menilai leverage:

Rasio Utang terhadap Ekuitas = (Total Utang) / (Total Ekuitas) X 100%

Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan perusahaan ritel yang terdaftar di BEI pada subsektor Makanan dan Minuman tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 sebagai populasinya. Teknik yang digunakan untuk memilih sampel adalah purposive sampling. Penjelasan mengenai purposive sampling yang dikemukakan oleh Sugiyono (2022) adalah sebagai berikut: "Purposive Sampling merupakan suatu metode penentuan sampel dengan

pertimbangan-pertimbangan tertentu." Karena tidak semua sampel memenuhi kriteria yang relevan dengan fenomena yang diteliti, maka peneliti sering menggunakan metode purposive sampling. Maka dari itu, untuk memastikan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi persyaratan tertentu, maka penulis memilih strategi purposive sampling. Penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut: (1) Selama kurun waktu 2019 sampai dengan 2023, BEI memasukkan perusahaan ritel makanan dan minuman. (2) Perusahaan ritel pada subsektor makanan dan minuman yang menyampaikan laporan keuangan tahunan komprehensif selama periode penelitian 2019 – 2023. (3) Bisnis yang merilis laporan tahunan dalam mata uang rupiah. (4) Dari tahun 2019 hingga 2023, tidak ada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang bangkrut. (5) Perusahaan ritel pada segmen industri makanan dan minuman yang diperdagangkan di BEI sebelum tahun 2010.

Agar penelitian dapat menarik kesimpulan, sebagian dari seluruh kumpulan data dipilih untuk dijadikan sampel, dan sebagian ini dipilih dari semua kumpulan data yang tersedia. Menurut Sugiyono (2022) "Dari segi kuantitas dan kualitas, sampel merupakan representasi dari keseluruhan populasi. Sampel representatif adalah sampel yang dipilih secara langsung dari populasi yang lebih besar." Populasi terdiri dari 95 perusahaan. Dengan 18 organisasi yang menjadi sampel, total 90 titik data digunakan dalam penelitian ini. (18 kali 5 tahun) Kriteria pemilihan sampel ditetapkan dalam tabel di bawah ini.

Table 1. Kriteria Pemilihan Sampel

Populasi dan Sampel	No.	Kriteria Sampel	Tidak Memenuhi Kriteria	Jumlah
Populasi	1	Selama tahun 2019–2023, perusahaan ritel makanan dan minuman yang tercatat di BEI		95
Kriteria	2	Perusahaan ritel pada subsektor makanan dan minuman yang menyampaikan laporan ekonomi tahunan komprehensif selama periode studi 2019 – 2023.	-42	53
	3	Suatu badan usaha yang menjual makanan dan minuman dan menerbitkan laporan usaha tahunan dalam mata uang rupiah.	-2	51
	4	Perusahaan ritel pada kategori makanan dan minuman selama tahun 2019–2023 yang tidak mengalami kerugian.	-24	27
	5	Perusahaan ritel pada segmen industri makanan dan minuman yang diperdagangkan di BEI sebelum tahun 2010.	-9	18
Jumlah Sampel Penelitian				18
Tahun Penelitian				5
Jumlah Pengamatan				90

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2024

Table 2. Daftar Sampel Penelitian

NO	KODE SAHAM	NAMA PERUSAHAAN	N
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	5
2	ADES	Akasha Wira International Tbk.	5
3	BISI	BISI International Tbk.	5
4	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	5
5	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	5
6	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	5
7	DLTA	Delta Djakarta Tbk.	5
8	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	5
9	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	5
10	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	5
11	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	5
12	MYOR	Mayora Indah Tbk.	5
13	SKLT	Sekar Laut Tbk.	5
14	SMAR	Smart Tbk.	5
15	STTP	Siantar Top Tbk.	5
16	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.	5
17	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk.	5
18	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading	5
		Jumlah Sampel	90

Sumber: Hasil pengolahan data, 2024

Untuk penelitian merujuk pada sumber informasi statistik sekunder. "Pengetahuan tambahan yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui makalah," kata Sugiyono (2022) saat diminta untuk mendefinisikan data tersier. Penelitian ini mengandalkan sumber data sekunder. Penulis mengambil data sekunder dari BEI, yang terdiri dari laporan tahunan dari perusahaan ritel subsektor makanan dan minuman yang terdaftar untuk periode 2019–2023. situs web.

"Prosedur pengumpulan data merupakan tahap terpenting dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data," ungkap Sugiyono (2022) tentang teknik pengumpulan data. Peneliti tidak akan dapat mengumpulkan data yang setara dengan data yang sudah tersedia jika tidak memahami prosedur pengumpulan data yang tepat. Untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian ini, penulis mengandalkan publikasi sekunder. Pendekatan pengumpulan data yang digunakan adalah pendekatan studi pustaka karena sumber datanya adalah data sekunder.

Ketika peneliti ingin melakukan telaah pustaka untuk membahas rumusan masalah, pengumpulan data melalui sumber pustaka menjadi komponen penting dari proses investigasi. Karena peneliti sering kali tidak perlu pergi ke lapangan untuk mendapatkan data, mereka sering kali menggunakan pengumpulan dan analisis informasi yang sudah tersedia di perpustakaan. Metode ini dikenal sebagai strategi penelitian kepustakaan. Lebih jauh, data yang diperoleh dari studi kepustakaan lebih relevan dan dapat diandalkan karena telah banyak laporan studi yang diterbitkan dalam bentuk buku, jurnal, terbitan berkala, dan format lainnya. Untuk menyusun data yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti mengakses laporan ekonomi perusahaan yang menjadi sampel dari tahun 2019 hingga 2023 menggunakan situs web www.idx.co.id dan www.idnfinancial.

Format yang lebih mudah dibaca, dipahami, dan diinterpretasikan digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini, yang berkaitan dengan hubungan antar variabel penelitian. Sugiyono (2022) menyatakan hal berikut tentang analisis data: Setelah data diperoleh dari semua responden atau sumber lain, langkah selanjutnya adalah analisis data. Analisis data melibatkan kegiatan seperti mengkategorikan data menurut faktor dan kategori responden, menyusun data berbasis faktor dari semua responden ke dalam format tabel, memamerkan data untuk setiap elemen yang diteliti, dan membuat persamaan untuk menguji asumsi.

Penelitian ini menggunakan analisis analitik dan verifikatif untuk datanya. Analisis verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memeriksa kebenaran hipotesis, yakni uji validitas teori yang telah ada. Hal ini dicapai dengan mengevaluasi dampak Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan di Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023, yaitu metode penelitian yang berupaya menguji keabsahan teori yang ada dengan menguji hipotesis. Berikut ini adalah prosedur yang digunakan untuk melakukan analisis tersebut:

Estimasi terbaik dan tidak bias, atau disingkat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), adalah dua asumsi terpenting dalam penelitian regresi linier. Pertama, model regresi harus lulus uji asumsi klasik untuk menentukan apakah model tersebut layak. Empat bagian dari uji asumsi dasar ini adalah sebagai berikut: autokorelasi, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas.

Untuk sejumlah variabel independen, uji kenormalan menentukan apakah variabel dependen mengikuti distribusi normal. Hal ini tersirat dari nilai kesalahan yang didistribusikan secara teratur dalam model regresi linier. Agar pengujian statistik dapat dilakukan secara praktis, model regresi harus memiliki distribusi normal atau hampir normal. Jika Anda ingin memastikan semuanya baik-baik saja, Anda dapat melakukan uji KS (Kolmogorov-Smirnov).

Uji multikolinearitas, sebagaimana yang dikemukakan oleh Ghozali (2013): Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas, maka dilakukan uji multikolinearitas. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah rancangan regresi menemukan adanya hubungan antara faktor-faktor yang bebas (independent). Model regresi yang baik adalah terdapat hubungan antara faktor-faktor yang tidak berhubungan satu dengan yang lain.

Sugiyono (2022) menyatakan bahwa ketika salah satu variabel bebas mengalami perubahan nilai, maka variabel terikat akan semakin aktif dengan menggunakan teknik prediksi linier berganda.

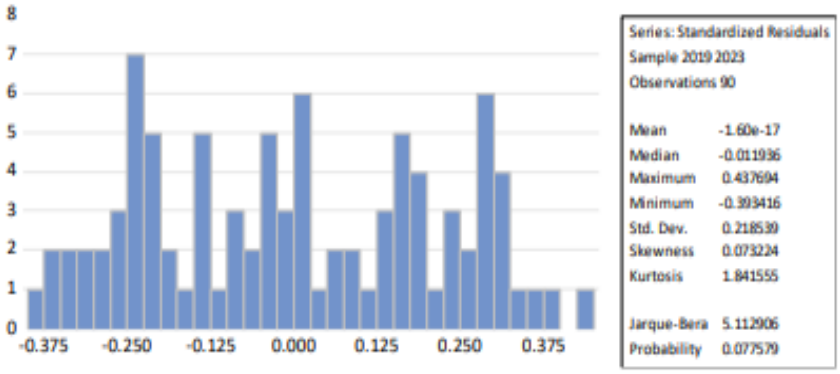
Tentukan persamaan Y=a+b1X1+b2X2+b3X3+e

Informasi:
Y = Nilai Perusahaan
a = Konstanta
b1 b2 b3 = Koefisien regresi
X1 = Profitabilitas
X2 = Pertumbuhan Penjualan
X3 = Leverage
e = Kekeliruan (Error)

Program Eviews-12 digunakan untuk menganalisis data panel. Saat memperkirakan data panel, teknik model CEM, FEM, dan REM bekerja dengan baik. Selain itu, Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji LM digunakan. Setelah itu, faktor resolusi (R2) dan uji hipotesis (uji t) dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian normalitas digunakan untuk menentukan apakah distribusi data bersifat normal, Untuk memeriksa apakah data model ekonometrik mengikuti distribusi normal, uji normalitas dijalankan. Data dengan distribusi normal atau sangat normal ideal untuk model regresi.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Dengan nilai Jarque Bera sebesar 5,112906 dan nilai P sebesar 0,077579 (> 0,05), uji normalitas residual menghasilkan temuan yang ditunjukkan di atas, yang menunjukkan bahwa H1 diterima atau sisanya tersebar normal.

Jika semua variabel independen dalam model regresi berkorelasi tinggi, atau hampir berkorelasi tinggi, kita katakan bahwa model tersebut multikolinear. Tidak ada model regresi yang layak yang akan menyertakan variabel independen yang berkorelasi tinggi satu sama lain (nilai korelasi 1 atau mendekati 1). Nilai VIF, yang digunakan untuk menentukan apakah model prediktif bebas dari multikolinearitas, harus kurang dari 10, dan nilai toleransi harus lebih dari 0,1. Uji asumsi multikolinearitas menghasilkan temuan berikut.

Table 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 07/15/24 Time: 00:53
Sample: 1 90
Included observations: 90

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.024507	5.813841	NA
X1	0.937385	3.490967	1.064874
X2	0.173818	1.270892	1.046654
X3	0.012198	2.789472	1.073585

Memeriksa Data Panel menggunakan Analisis Regresi Dua jenis utama analisis data panel adalah deret waktu dan lintas bagian. Dengan menggunakan perangkat lunak (E-views), penelitian ini menggunakan metodologi analitik lintas bagian dan deret waktu. Peneliti Amaliah, E. N., Darnah, D., & Sifriyani, S. (2020) menyatakan bahwa model regresi data panel adalah istilah yang tepat untuk analisis regresi yang memanfaatkan data panel. Salah satu dari banyak manfaat pendekatan regresi data panel adalah peningkatan data yang tersedia. Hal ini terutama berlaku saat menangani data yang mencakup informasi deret waktu dan lintas bagian, yang meningkatkan jumlah derajat kebebasan. Untuk mengatasi masalah yang disebabkan oleh variabel yang hilang, akan sangat membantu untuk menggabungkan data deret waktu dan lintas bagian.

Di dalam analisis data panel ada tiga jenis observasi yang biasa digunakan dalam model regresi data panel, Uji Chow menguji CEM dengan FEM, dan uji Hausman membandingkan FEM dengan REM; kedua uji ini merupakan bagian dari uji kepraktisan kerangka kerja pengurangan pengetahuan panel, yang merupakan jenis observasi ketiga yang biasanya digunakan dalam regresi data panel setelah CEM dan FEM. Sebagai uji kepraktisan, Uji Lagrange-Multiplier mengevaluasi CEM dan REM. Berikut hasilnya :

Table 4. Hasil Pemilihan Model Data Panel

Uji Pemilihan Model Data	**Hasil Pengujian Model Data Panel**	**Model yang Terpilih**
Chow-Test/UjiCHow **:** **H_0 = CEM** **H_1 = FEM** **H_0 Cross-Section F > α 0.05** **H_1 Cross- Section F < α 0,05**	CEM VS FEM Hasil= Cross- Section F 0.0000 < 0,05	FEM (Fixed Effect Model)
Hausman-Test/UjiHausman **:** **H_0 = REM** **H_1 = FEM** **H_0 Cross-Section F > α 0.05** **H_1 Cross-Section F < α 0,05**	REM VS FEM Hasil= Cross -Section F 0.0002 < 0,05	FEM (Fixed Effect Model)

Sumber: Data diolah oleh peneliti-2024

Table 5. Model Terpilih Fixed Effect Model

Dependent Variable: LOG Y
Method: Panel EGLS (Cross-section weights)
Date: 07/17/24 Time: 23:04
Sample: 2019 2023
Periods included: 5
Cross-sections included: 18
Total panel (balanced) observations: 90
Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.072206	0.124202	0.581356	0.5629
X1	2.935456	0.583777	5.028386	0.0000
X2	-0.097140	0.101368	-0.958290	0.3413
X3	0.282723	0.133281	2.121256	0.0375

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Weighted Statistics

R-squared	0.969928	Mean dependent var	0.897160
Adjusted R-squared	0.961211	S.D. dependent var	1.218032
S.E. of regression	0.248199	Sum squared resid	4.250596
F-statistic	111.2732	Durbin-Watson stat	1.332661
Prob(F-statistic)	0.000000		

Unweighted Statistics

R-squared	0.939177	Mean dependent var	0.589357
Sum squared resid	4.473672	Durbin-Watson stat	0.906500

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka model yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi data panel yaitu:

$$Y = 0.072206 + 2.935456*X_1 - 0.097140*X_2 + 0.282723*X_3$$

Keterangan :
Y : Nilai Perusahaan
X_1 : Profitabilitas
X_2 : Pertumbuhan Penjualan
X3 : Leverage

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai (a) persamaan penurunan linier multivariabel adalah 0,072. Nilai bisnis positif (PBV) sebesar 0,072 akan tercapai jika ketiga variabel ini profitabilitas (X1, ROA), pertumbuhan perusahaan (X2, pengembangan penjualan), dan leverage (X3, DER) awalnya ditetapkan menjadi nol. Nilai (b1) adalah 2,935, yang positif. Dengan asumsi semua variabel lain tetap sama, ini berarti kenaikan 293% dalam nilai bisnis (PBV) untuk setiap 1 peningkatan efisiensi (ROA). Nilai (b2) adalah -0,0971, yang negatif. Jika semua variabel lain tetap sama, ini berarti penurunan 9,71% dalam nilai bisnis PBV untuk setiap penurunan 1% dalam pertumbuhan penjualan. Dengan nilai 0,2827, (b3) positif. Hal ini menunjukkan bahwa, jika faktor-faktor lain tetap sama, nilai perusahaan akan naik 28,2% setiap kenaikan 1% dalam Leverage (DER). Hasil yang mendukung hipotesis penelitian dirinci di bawah ini:

Dampak laba terhadap nilai perusahaan: Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas signifikan secara statistik (t-statistik = 3,071566, koefisien = 2,597413, dan nilai probabilitas = 0,0030). Karena nilai probabilitas kurang dari 0,05 (0,0030), dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti . Hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Kelancaran operasi perusahaan dan potensinya untuk menarik investor berkorelasi langsung dengan tingkat profitabilitas yang dicapai. Masa depan perusahaan yang stabil merupakan manfaat lain dari profitabilitas yang tinggi. Hal ini sesuai dengan temuan Dewi, N. S. A., & Santoso, B. H. (2019)) yang menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Senada dengan hal tersebut, teori sinyal yang pertama kali dikemukakan oleh Spencer, M. (1973) menyatakan bahwa pemilik informasi (pengirim) menyampaikan informasi tentang keadaan perusahaan kepada investor (penerima) yang merupakan hal yang baik bagi investor. Perusahaan yang sehat dan dapat secara konsisten menghasilkan laba bersih adalah perusahaan yang berkinerja baik. Oleh karena itu, calon investor akan tertarik dengan perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat meningkat jika perusahaan tersebut sangat menguntungkan. Cara pimpinan perusahaan mengelola asetnya untuk menghasilkan uang dapat dilihat oleh investor. Produktivitas dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu total persediaan, penjualan bersih, dan laba bersih setelah pajak.

Nilai Pasar Perusahaan Terkait dengan Pertumbuhan Penjualannya: Pengembangan penjualan memiliki t-statistik sebesar -0,958290, persentase sebesar -0,097140, dan nilai keyakinan sebesar 0,8752, menurut temuan uji hipotesis. Asumsi tersebut ditolak karena nilai kemungkinan sebesar 0,3413 lebih tinggi daripada tingkat signifikansi sebesar 0,05. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan penjualan tidak meningkatkan nilai perusahaan. Karena perubahan dalam pertumbuhan penjualan tidak secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini sebagian besar disebabkan oleh ketidakpastian angka pertumbuhan penjualan. Temuan ini konsisten dengan temuan Saputri, CK, & Giovanni, A. (2021) yang tidak menemukan korelasi antara perkembangan penjualan dan nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan perusahaan di industri makanan dan minuman tidak dapat diprediksi, yang berarti bahwa investor tidak benar-benar mempertimbangkan angka-angka

ini ketika membuat pilihan investasi. Ini karena operasi operasional masih berjalan kuat dan menunjukkan pertumbuhan penjualan yang baik. Penelitian ini menemukan bahwa peningkatan penjualan tidak berdampak pada nilai perusahaan. Ini masuk akal karena kenaikan penjualan tidak selalu berarti kenaikan laba bersih bagi perusahaan. Meningkatnya biaya operasional dan kewajiban pajak adalah dua alasan potensial. Akibatnya, kenaikan penjualan tidak menjamin peningkatan laba bersih. Dengan demikian, kenaikan harga saham, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, tidak selalu merupakan hasil sampingan dari kenaikan penjualan.

Mengenai dampak tekanan terhadap nilai perusahaan, hasil uji asumsi menunjukkan bahwa tekanan memiliki t-statistik sebesar 2,121256, faktor sebesar 0,282723, dan nilai probabilitas sebesar 0,0375. Dengan demikian, hipotesis ini didukung karena nilai probabilitas 0,0375 lebih kecil dari 0,05. Karena perusahaan dapat meningkatkan nilainya dengan meningkatkan utangnya secara efektif, penelitian ini membuktikan bahwa leverage mempengaruhi nilai perusahaan. Mengingat leverage memengaruhi nilai perusahaan, hal ini konsisten dengan temuan Efendi, MF, & Idayati, F. (2020) dan Firdaus, E., & Fuadati, SR (2020). Jika perusahaan dapat secara efektif meningkatkan tingkat utangnya untuk meningkatkan pendapatannya, ini dikenal sebagai leverage, dan hal ini berdampak pada nilai perusahaan. Ketika perusahaan memiliki banyak utang, hal ini dapat menjadi indikasi bahwa aset dan modalnya kuat. Leverage perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Ini termasuk ukurannya, sumber pendapatan, tingkat agunan, biaya utang, potensi pertumbuhan, reputasi, dan likuiditas.

Tujuan dari uji koefisien determinasi, yang sering dikenal sebagai R2, adalah untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen. Nilai Prob.F-Statistic sebesar 0,000000 dan F-Statistic sebesar 111,2732 digunakan dalam penelitian ini. Karena nilainya kurang dari 0,05 dan Probability.F-Statistic sebesar 0,000000, dapat disimpulkan bahwa komponen independen memiliki pengaruh terhadap faktor dependen. Tabel 5 menunjukkan bahwa kontribusi gabungan sebesar 96% dari profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan leverage menghasilkan nilai R-Square yang disesuaikan sebesar 0,961211, yang merupakan nilai bisnis.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara untuk menguji pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan leverage terhadap nilai perusahaan dalam subsektor makanan dan minuman perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023. Hasilnya menunjukkan bahwa leverage dan profitabilitas berdampak pada nilai perusahann, tetapi pertumbuhan penjualan tidak. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan. Kelancaran operasional perusahaan dan potensinya untuk menarik investor berkorelasi langsung dengan tingkat profitabilitas yang dicapai. Selain itu, margin laba yang sehat menunjukkan bahwa perusahaan berjalan dengan baik dan dapat terus memberikan dividen kepada pemiliknya. Karena itu, nilai bisnis meningkat karena semakin banyak orang yang tertarik untuk menginvestasikan uang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berdampak langsung pada nilai perusahaan karena sifat angka pertumbuhan penjualan yang tidak dapat diprediksi, yang tidak stabil. Pertumbuhan penjualan perusahaan di industri makanan dan minuman tidak dapat diprediksi, yang berarti bahwa investor tidak benar-benar mempertimbangkan angka-angka ini ketika membuat pilihan investasi. Ini karena operasi operasional masih berjalan kuat dan menunjukkan pertumbuhan penjualan yang baik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa leverage memang memengaruhi nilai perusahaan. Indikasi bagi investor bahwa perusahaan mempunyai aset dan uang yang kuat adalah tingkat leverage yang tinggi, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Saran bagi investor yang ingin mendapatkan keuntungan dari perusahaan pabrik, khususnya yang bergerak di subsektor makanan dan minuman, adalah untuk fokus pada tiga metrik utama: pengembangan penjualan, profitabilitas, dan leverage. Selain itu, dengan semua laporan keuangan yang tersedia berkat teknologi, investor perlu ekstra hati-hati saat memilih perusahaan untuk menanamkan uang mereka. Bisnis dapat menarik lebih banyak investor dengan meningkatkan kualitas dan orisinalitas laporan keuangan dan laporan tahunan mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Mempertimbangkan kekurangan penelitian ini, direkomendasikan agar penyelidik lebih lanjut melakukan penyelidikan yang lebih luas. Faktor demografi penting yang belum dimasukkan dalam analisis ini meliputi ukuran perusahaan, sumber pendapatan, biaya utang, potensi pertumbuhan, posisi, likuiditas, kebijakan utang, kebijakan pembayaran, laba bersih, total inventaris, laba bersih setelah pajak, dan kebijakan dividen.

DAFTAR PUSTAKA

Amaliah, E. N., Darnah, D., & Sifriyani, S. 2020. Regresi Data Panel Dengan Pendekatan Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM)(Studi Kasus: Persentase Penduduk Miskin Menurut Kabupaten/Kota di Kalimantan Timur tahun 2015-2018). ESTIMASI: Journal of Statistics and Its Application, 106-115.

Andriani, D. (n.d.). Bisnis Ritel Pada Masa Pasca Pandemi.

Bitasari, I., Puspita, E., & Astuti, P. 2024. Pengaruh ROA, DER, CR Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Ritel Yang Terdaftar Di Bei. Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, 191-204.

Budiman, M., Siregar, M. A. P., & Kurniawan, L. 2024. Determinan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022. JHR 247: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 1(2), 1-11.

Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. 2022. Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA), 11(1).

Della Rusvita, B., & Khuzaini, K. 2024. Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Retail Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 13(5).

Dewi, F. K. 2022. Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2020 (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).

Dewi, N. S. A., & Santoso, B. H. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Ritel di BEI. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM), 8(7).

Efendi, M. F., & Idayati, F. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA), 9(1).

Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. 2022. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmiah manajemen dan bisnis, 7(1), 1-12.

Fernando, J. 2023. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Ritel Yang Terdaftar Di Bei (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Musi Charitas).

Firdaus, E., & Fuadati, S. R. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Ritel Yang Terdaftar Di BEI. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 9(4).

Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang: Universitas Diponegoro.

Herwinna, D. K. P., & Iswara, U. S. 2024. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA), 13(5).

Imawan, R., & Triyonowati, T. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Ritel di BEI. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 10(1).

Kurniadiantoyo, G. M. U., & 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 (JIRA), 11(10).

Kurniawan, E., & Satria, D. 2021. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Otomotif Pada Masa Pandemi Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. AKRUAL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 3(2), 29-43.

Kurniawan, L., & Aritonang, T. 2022. Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu Bara (perusahaan pertambangan sub sektor batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020). http://repository.stie-yai.ac.id/id/eprint/1191

Laksono, B. S., & Rahayu, Y. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA), 10(1).

Maharani, S. A., & Puspitasari, E. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Biaya Penelitian dan Pengembangan terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi Dan Pajak, 22(2), 962-970.

Maharani, V. 2022. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2020) (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).

Nopitasari, N. 2023. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Inflasi Dan Perputaran Total Aset Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Semen Periode 2018-2022 Di Bei (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Pangestu, S. P., & Wijayanto, A. 2020. Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Earning Per Share (EPS), Price Earning Ratio (PER), Dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Return Saham. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(1), 63-71.

Saputri, C. K., & Giovanni, A. 2021. *The The Effect Of Profitability, Size And Liquidity on Firm Value in Consumer Goods Industry Listed on The Indonesia Stock Exchange (IDX).* Journal of Business and Management Review, 2(2), 092-106.

SEPTINI, R. S. 2022. Pengaruh Rasio Solvabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhaan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Ritel Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020) (Doctoral dissertation, STIESIA SURABAYA).

Spencer, M. 1973. *Signaling theory: A Review and Assessment.* The Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355-374.

Sudana, I. M. 2015. Manajemen Keuangan Teori Dan Praktik. Jakarta:Erlangga.

Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (4th. ed.), Bandung : Alfabeta

Wahyuningsih, A. E. 2022. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2020 (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Zharfa, N., & Soekotjo, H. 2019. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 8(7).