

PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI.

Maria Stevania Nini Soge¹, Ignatius Oki Dewa Brata²

- 1. Prodi Akuntansi S1 , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyatama**
maria.stefania@widyatama.ac.id
- 2. Prodi Akuntansi D3 , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyatama**
ignatius.oki@widyatama.ac.id

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham. Harga saham yang tinggi dinilai investor sebagai tingkat pencapaian yang baik sehingga investor bersedia menanamkan modalnya kepada perusahaan (Fithrishiyan dan Willy, 2018). Semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam menaikkan nilai perusahaannya akan mendorong investor tertarik untuk menginvestasikan dananya. Kemampuan perusahaan dalam menyakinkan investor bahwa perusahaan yang telah berjalan memiliki prospek yang baik dengan melihat nilai perusahaan yang merupakan ukuran kinerja perusahaan yang dilihat melalui harga saham. Pemicu kenaikan harga saham ialah profit perusahaan, dengan adanya profit yang tinggi kesejahteraan para pemegang saham akan terjamin. Hasil dari penelitian ini adalah Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki keuntungan yang besar, sehingga para investor lebih mempercayakan dana yang dimilikinya pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik, Leverage berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena penggunaan utang yang tinggi, dapat menunjukkan bahwa perusahaan berskala besar, Ukuran perusahaan yang diukur dengan total asset berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan consumer good (barang konsumsi) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019. Artinya bahwa peningkatan ukuran perusahaan akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

Kata Kunci: BEI, Leverage, Nilai Perusahaan, Perusahaan Manufaktur, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham. Harga saham yang tinggi dinilai investor sebagai tingkat pencapaian yang baik sehingga investor bersedia menanamkan modalnya kepada perusahaan (Fithrishiyan dan Willy, 2018). Semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang (Rahayu dan Sari, 2018). Semakin tinggi nilai perusahaan, maka akan diikuti oleh kesejahteraan para pemilik, sehingga akan membuat para investor tertarik untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan. Investor biasanya menginvestasikan dananya untuk mendapatkan keuntungan. Investor akan memilih perusahaan-perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi, yang memiliki kemampuan untuk memperoleh laba.

Perkembangan bisnis di Indonesia dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang bersaing dengan melihat keunggulan kompetitif yang baik. Sehingga dinamika bisnis berubah-ubah karena banyaknya kompetitor-kompetitor bisnis yang muncul. Dinamika bisnis yang berubah-ubah tersebut menyebabkan banyak perusahaan membutuhkan modal lebih agar dapat mengembangkan usahanya agar mampu bertahan hidup. Sumber pendanaan dapat diperoleh tidak hanya dari *owner* (ekuitas), namun juga dari *non-owner* (liabilitas) sehingga kegiatan operasional perusahaan berjalan dengan baik.

Perusahaan yang memiliki kinerja baik dalam menaikkan nilai perusahaannya akan mendorong investor tertarik untuk menginvestasikan dananya. Kemampuan perusahaan dalam menyakinkan investor bahwa perusahaan yang telah berjalan memiliki prospek yang baik dengan melihat nilai perusahaan yang merupakan ukuran kinerja perusahaan yang dilihat melalui harga saham. Pemicu kenaikan harga saham ialah profit perusahaan, dengan adanya profit yang tinggi kesejahteraan para pemegang saham akan terjamin. Dengan begitu investor akan tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan sehingga harga saham akan ikut naik. Menurut Cecilia, Rambem et al (2015) nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

Pada kenyataannya masih banyak perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang rendah. Contohnya pada PT. Bakrie & Brother Tbk (BNBR), saham perusahaan ini menjadi saham dengan imbalan negatif ditahun 2018. Kerugian investasi saham BNBR mencapai 79,2%. Pada kuartal-I 2018, perusahaan mengalami kerugian bersih sebesar Rp. 336,71 miliar. Harga saham BNBR turun disebabkan karena investor menilai kinerja keuangan perusahaan ini buruk. Selain itu, total hutang perusahaan juga naik (Kevin,2018).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu profitabilitas, leverage, dan penilaian pasar. Profitabilitas menurut Kusuma dalam Rahmawati *et al.* (2015) adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana aset yang dimiliki oleh perusahaan. Laba yang tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, karena salah satu alasan investor menanamkan modal adalah mendapatkan *return* dari perusahaan. Jika tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba tinggi maka investor akan mendapatkan *return* yang tinggi. Maka perusahaan bisa dikatakan mampu mensejahterakan para pemegang saham, dengan begitu investor akan tertarik untuk

membeli saham perusahaan. Apabila banyak investor yang tertarik membeli saham perusahaan, maka permintaan akan saham meningkat, sehingga membuat harga pasar saham perusahaan juga meningkat. Hal ini dapat menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value (PBV)*. Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas diantaranya adalah struktur modal dan ukuran perusahaan. Kesalahan dalam menentukan struktur modal akan mempunyai dampak yang luas terutama dengan besarnya utang maka beban harus tetap ditanggung oleh perusahaan, semakin besar bearti pula akan meningkatkan resiko finansial yaitu resiko tidak dapat membayar angsuran-angsuran utang bagi perusahaan (Syakieb Arsalan, 2016)

Leverage merupakan pendanaan menggunakan hutang jangka panjang. *Leverage* mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menutupi kewajiban jangka panjangnya. *Leverage* yang tinggi akan menyebabkan hutang diperusahaan tinggi. Perusahaan harus mampu mengelola hutangnya dengan baik. Manajer yang termotivasi untuk melunasi hutang akan berupaya untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat menutupi hutang yang ada dan laba yang didapatkan juga dapat meningkat. Hal ini merupakan sinyal positif dari perusahaan yang dapat menarik para investor karena perusahaan mampu mengelola hutangnya dengan baik. Permintaan diperusahaan akan meningkat yang mengakibatkan harga pasar saham ikut meningkat pula sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset dan jumlah penjualan. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama (Lumoly *et al.*, 2018). Besar kecilnya ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap struktur modal dengan didasarkan pada keyataan bahwa semakin besar suatu perusahaan mempunyai tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi sehingga perusahaan tersebut akan lebih berani mengeluarkan saham baru dan kecenderungan untuk menggunakan jumlah pinjaman juga semakin besar pula (Nuryaman, Harnovinsyah, dan Fajrika Dewa, 2012). Aset yang besar akan membuat perusahaan lebih stabil dari perusahaan kecil. Perusahaan yang memiliki aset yang besar memiliki tingkat produksi yang tinggi, maka penjualan diperusahaan tersebut juga akan tinggi. Penjualan yang tinggi akan menyebabkan laba yang tinggi pula. Laba yang tinggi akan membuat investor senang karena dividen yang diterima akan tinggi. Sehingga dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang nantinya akan mengakibatkan harga pasar saham tinggi yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Novan dan Lestari (2016), Lumoly *et al.* (2018), Siahaan *et al.* (2016) menyatakan, bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Sari (2018) menyimpulkan, bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Suryana dan Rahayu (2018) juga menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Suryana dan Rahayu (2018), Rahayu dan Sari (2018), Novari dan Lestari (2016) memiliki hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tetapi

penelitiannya yang akan dilakukan oleh Lumoly *et al.* (2018) ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Sari (2018) dan Siahaan *et al.* (2016) menyatakan, bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini terinspirasi dari perbedaan hasil penelitian yang dikemukakan diatas. Penelitian ini menggunakan objek pada perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan industri yang memegang peran penting bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dimana pada tahun 2018 manufaktur menjadi penopang perekonomian nasional, dengan pertumbuhan 4,25%, serta memberikan kontribusi sebesar 19,82% terhadap produk domestik bruto (PDB) (Cahyoputra, 2019). Hal ini dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modal pada perusahaan manufaktur.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Apakah profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Apakah leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Bagaimana profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Bagaimana leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
4. Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pembahasan Teori Hasil Penelitian yang Relevan

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan, 2016 dalam Dea Putri Ayu dan A.A. Gede Suarjaya, 2017).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Leverage

Menurut Riyanto (2001) dalam Erna Lisa dan Dedi Rossidi Utama (2018)

Leverage adalah penggunaan aktiva atau dana dimana untuk menggunakannya perusahaan harus membayar biaya tetap

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Penentuan sumber dana merupakan tanggung jawab manajer keuangan, karena perolehan sumber dana tersebut digunakan untuk mendanai investasi yang direncanakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, manajer harus akurat dalam mempertimbangkan keuntungan dan resiko yang dihadapi untuk menentukan sumber dana yang akan digunakan. Keputusan pendanaan ini berasal dari dua yaitu hutang dan modal sendiri (Hidayat, 2018).

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Bambang Riyanto (2001: 299) :

“Ukuran perusahaan (*Firm Size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan dan rata-rata penjualan.”

Menurut Brigham dan Houston (2006: 25) ukuran perusahaan adalah :

“Rata- rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kemudian.”

Ukuran perusahaan adalah “rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel, dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian” (Brighman and Houston 2001) dalam A.Kadim & Nardi Sunardi 2019. Keadaan yang dikehendaki oleh perusahaan adalah perolehan laba bersih sesudah pajak karena bersifat menambah modal sendiri. Laba operasi ini dapat diperoleh jika jumlah penjualan lebih besar dari pada jumlah biaya variabel dan biaya tetap. Agar laba bersih yang diperoleh memiliki jumlah yang dikehendaki maka pihak manajemen akan melakukan perencanaan penjualan yang dikehendaki maka pihak manajemen akan melakukan perencanaan penjualan secara seksama, serta dilakukan pengendalian yang tetap , guna mencapai jumlah penjualan yang dikehendaki. Manfaat pengendalian manajemen adalah untuk menjamin bahwa organisasi telah melaksanakan strategi usahanya dengan efektif dan efisien. Dalam aspek financial, penjualan dapat dilihat dari sisi perencanaan dan sisi realisasi yang diukur dalam satuan rupiah. Dalam sisi perencanaan, penjualan direfleksikan dalam bentuk target yang diharapkan dapat direalisasi oleh perusahaan. Perusahaan yang dengan ukuran lebih besar memiliki akses lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga untuk memperoleh pinjaman dari kreditor pun akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri. Pada sisi lain, perusahaan dengan skala kecil lebih fleksibel dalam menghadapi ketidakpastian, karena

perusahaan kecil lebih cepat bereaksi terhadap perubahan yang mendadak. Oleh karena itu, memungkinkan perusahaan besar tingkat leveragenya akan lebih besar dari perusahaan yang berukuran kecil (Sunardi L.H., 2017)

Ukuran perusahaan = Ln (Total Aset)

Nilai perusahaan

Pengertian nilai perusahaan menurut Brigham dan Houston (2010: 32) adalah sebagai berikut:

“Nilai perusahaan adalah pemaksimalan kekayaan pemangku kepentingan yang berarti memaksimalkan harga saham biasa perusahaan.

Menurut Keown et.al, (2010: 35) :

“Nilai perusahaan adalah nilai pasar dari hutang dan ekuitas perusahaan”

Menurut Suhardi (2006) dalam Rasyid dan Yuliandhari (2018), menjelaskan bahwa salah satu hal yang dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan dimana investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan (Rasyid & Yuliandhari, 2018). Nilai perusahaan juga dapat menunjukkan nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu aset berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan (Martono & Harjito, 2003: 13). Dalam penelitian ini perusahaan menggunakan pendekatan harga saham dengan rumus Tobins'Q. Menurut Weton & Copelan (2008: 244), pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan rasio Tobins'Q adalah dengan membandingkan nilai pasar perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset perusahaan.

Tobins'Q memasukan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukan namun seluruh aset perusahaan. Dengan memasukan seluruh aset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur.

$$\text{Tobins'Q} = \frac{\text{EMV} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

2.2 Kerangka Pemikiran

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

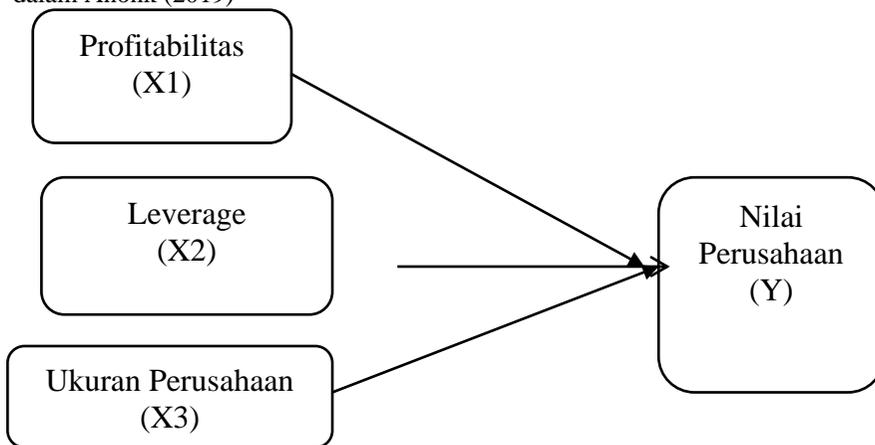
Profitabilitas atau laba merupakan pelaporan dikurangi beban dan kerugian selama periode pelaporan. Analisis mengenai profitabilitas sangat penting bagi kreditor dan investor ekuitas. Bagi kreditor, laba merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok pinjaman. Sedangkan bagi investor ekuitas, laba merupakan salah satu faktor penentu perubahan nilai efek. Hal yang terpenting bagi perusahaan adalah bagaimana laba tersebut bisa memaksimalkan pemegang saham bukan seberapa besar laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atau ukuran efektifitas pengelolaan manajemen perusahaan (Wiagustini, 2010:76).

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio leverage yang rendah memiliki resiko leverage yang lebih kecil. Dengan tingginya rasio leverage menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvable, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya (Van Horne, 1997). Karena leverage merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan asset yang tinggi namun resiko leverage nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan asset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan resiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Dengan Nilai Perusahaan

Besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai total penjualan, atau nilai total aktiva. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil (Riyanto 2001;313). Selain itu ukuran perusahaan yang besar dapat mencerminkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai kemampuan dan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga banyak investor yang ingin memiliki sahamnya dan bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena percaya akan mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut (Dewi dan Wirajaya, 2013) dalam Anonk (2019)



Gambar Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, dan paradigma penelitian yang telah diutarakan diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H1: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H2: Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Disebut kuantitatif karena data penelitian berhubungan dengan angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2012:13). Penelitian ini terdiri atas empat variabel, yaitu profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen dan nilai perusaha sebagai variabel dependen.

Unit Analisis

Unit analisis berkaitan dengan masalah populasi dan sampel. Unit analisis merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian (Arikunto, 2013:187). Unit analisis juga disebut subjek atau objek penelitian dimana unit analisis merupakan sumber informasi mengenai variabel yang akan diolah dalam penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah organisasi manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi Penelitian

Menurut Nuryaman dan Cristina (2015: 101) populasi menunjukkan seluruh orang, kejadian atau sesuatu yang menjadi ketertarikan peneliti untuk diinvestigasi. Populasi juga dapat diartikan sebagai total kumpulan elemen yang dari kumpulan tersebut akan dibuat kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2012: 119) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi tidak hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi/*consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 yang berjumlah 54 perusahaan.

Sampel Penelitian

Definisi sampel menurut Noor (2011: 148) sampel merupakan proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.

Sedangkan menurut Nuryaman dan Veronica (2015: 101) sampel adalah bagian dari populasi, sampel berisi beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, yang membentuk sampel hanyalah beberapa elemen populasi saja, bukan seluruh elemen. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampel* atau sampel bertujuan. Sampel bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Teknik ini biasanya, dilakukan karena beberapa pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga, dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh (Arikunto, 2013: 183).

Kriteria yang harus dipenuhi dalam pemilihan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019

Tabel Sampel Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Consumer Goods*

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	Akasha Wira International Tbk	ADES
2	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
3	Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
4	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	BTEK
5	Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI
6	Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP
7	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
8	Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
9	Delta Djakarta Tbk	DLTA
10	Sentra Food Indonesia Tbk	FOOD
11	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD
12	Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI
13	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
14	Inti Agri Resources Tbk	IIKP
15	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
16	Magna Investama Mandiri Tbk	MGNA
17	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
18	Mayora Indah Tbk	MYOR
19	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	PANI
20	Prima Cakrawala Abadi Tbk	PCAR
21	Prasidha Aneka Niaga Tbk	PSDN

22	Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
23	Sekar Bumi Tbk	SKBM
24	Sekar Laut Tbk	SKLT
25	Siantar Top Tbk	STTP
26	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	ULTJ
27	Gudang Garam Tbk	GGRM
28	H.M. Sampoerna Tbk	HMSP
29	Bentoel Internasional Investama+D24 Tbk	RMBA
30	Wismilak Inti Makmur Tbk	WIIM
31	Darya-Varia Laboratoria Tbk	DVLA
32	Indofarma Tbk	INAF
33	Kimia Farma Tbk	KAEF
34	Kalbe Farma Tbk	KLBF
35	Merck Tbk	MERK
36	Phapros Tbk	PEHA
37	Pyridam Farma Tbk	PYFA
38	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk	SCPI
39	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO
40	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	SQBB
41	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	SQBI
42	Tempo Scan Pacifik Tbk	TSPC
43	Kino Indonesia Tbk	KINO
44	Cottonindo Ariesta Tbk	KPAS
45	Martina Berto Tbk	MBTO
46	Mustika Ratu Tbk	MRAT
47	Mandom Indonesia Tbk	TCID
48	Unilever Indonesia Tbk	UNVR
49	Chitose Internasional Tbk	CINT
50	Kedaung Indah Can Tbk	KICI
51	Langgeng Makmur Industri Tbk	LMPI
52	Integra Indocabinet Tbk	WOOD
53	Hartadinata Abadi Tbk	HRTA

(Sumber: www.idx.com)

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian menggunakan data *crosssectional* karena mengamati perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada titik waktu yang sama, yaitu pada tahun 2019.

3.3 Data dan Sumber Data

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Berdasarkan pengertian objek penelitian yang dicantumkan oleh Sugiyono (2012) objek penelitian

adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Objek penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan/*corporate sustainability report*. Subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2012: 187) data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

Menurut Noor (2011: 138) data sekunder merupakan data yang telah disusun, dikembangkan, dan diolah kemudian di catat. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (*data documenter*) yang dipublikasikan atau yang tidak dipublikasikan. Data sekunder tersebut berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 yang diperoleh dari www.idx.com.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode studi dokumentasi yaitu data yang diperoleh melalui laporan tahunan dan laporan SR yang dikeluarkan oleh perusahaan tahun 2019 di website resmi perusahaan dan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah penting yang harus dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengumpulan data sekunder

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang tersusun dalam arsip (*data documenter*) yang dipublikasikan atau yang tidak dipublikasikan. Data sekunder tersebut berupa laporan keuangan tahunan dan laporan *corporate sustainability* perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 yang diperoleh dari www.idx.com.

2. Penelitian kepustakaan

Penelitian kepustakaan dimaksudkan untuk mendapatkan data dengan beberapa cara yaitu mempelajari, mengkaji, dan menelaah literature yang berkaitan dengan masalah berupa buku, jurnal maupun makalah yang berkaitan dengan penelitian

3.7 Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linear berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variable (*model casual*) yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Untuk menguji pengaruh variabel, intervening digunakan metode analisis jalur (Ghozali, 2013: 237). Model *path analisis* digunakan untuk menganalisis pola antar hubungan variable dengan tujuan mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variable bebas (eksogen) terhadap variable terikat (endogen) (Riduwan & Sunarto, 2011: 140).

Uji Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, menurut Nuryaman dan Cristina (2015) analisis berganda digunakan jika parameter dari suatu hubungan fungsional antara satu variable dependen dengan lebih dari satu variabel ingin diestimasi, maka analisis regresi yang dikerjakan berkenaan dengan regresi berganda (*multiple regression*).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Variabel Penelitian

Profitabilitas pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, yang diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasnya secara produktif dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut (Munawir, 2007:33).

Dalam penelitian ini profitabilitas dihitung dengan ROA. *Return on Asset* merupakan rasio yang menunjukkan hasil atau jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola aktiva.

Leverage pada Perusahaan Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019

Salah satu faktor penting dalam unsur pendanaan adalah utang. Utang merupakan salah satu sumber pembiayaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai kebutuhan dananya.

Kebijakan utang perusahaan dapat dilihat dari leverage. Leverage yaitu rasio yang mengukur sampai seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dari utang. Dengan mengetahui leverage akan dapat dinilai tentang posisi perusahaan terhadap seluruh kewajibannya kepada pihak lain, kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bersifat tetap, keseimbangan antara nilai aktiva tetap dengan modal (Munawar, 2002:239). Pengukuran leverage pada penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*.

Ukuran Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019

Ukuran perusahaan (*firm size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan dan rata-rata penjualan (Bambang

Riyanto, 2001: 299). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan dihitung dengan In total asset.

Nilai Perusahaan pada Perusahaan Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019

Menurut Brigham & Houston (2010: 32) nilai perusahaan adalah memaksimalan kekayaan pemangku kepentingan, yang bearti memaksimalkan harga saham biasa perusahaan.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan menggunakan pendekatan harga saham dengan rumus Tobins'Q. Menurut Weston & Copelan (2008: 244), pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan rasio Tobins'Q adalah dengan memebandingkan nilai pasar perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset perusahaan.

4.2 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah alat statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara beberapa variabel independen terhadap satu buah variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dalam penelitian ini terdapat dua model regresi linear berganda.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Model 1

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	163851.865	83604.050		1.960	.059
	Profitabilitas	-.445	.706	-.110	-.630	.553
	Leverage	1.458	.772	.331	1.890	.068
	Ukuran Perusahaan	-5.898E-11	.000	-.027	-.160	.874

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

(Sumber: data diolah menggunakan SPSS versi 25)

$$Y = 163851.865 + -0.445 + 1.458 + -5.898E-11 + \mu$$

Dimana penjelasannya dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Nilai $\alpha = 163851.865$ berarti bahwa jika nilai perusahaan (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas lainnya yaitu profitabilitas (X1), leverage (X2) dan ukuran perusahaan (X3) maka besarnya nilai konstanta akan bernilai 173851.865.
2. Jika nilai koefisien regresi variabel profitabilitas (X1) sebesar 0.445 dan bernilai negatif berarti bahwa ketika variabel profitabilitas mengalami penurunan sebesar satu satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu leverage (X2) dan ukuran perusahaan (X3), maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y) mengalami penurunan sebesar 0.445.

3. Jika nilai koefisien regresi variabel leverage (X2) sebesar 1.458 dan bernilai positif berarti bahwa ketika variabel leverage mengalami peningkatan sebesar satu satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu profitabilitas (X1) dan ukuran perusahaan (X3), maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y) mengalami peningkatan sebesar 1.458.
4. Jika nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (X3) sebesar 589E.11 dan bernilai negatif berarti bahwa ketika variabel ukuran perusahaan mengalami penurunan sebesar satu satuan, sedangkan variabel independen lainnya yaitu profitabilitas (X1) dan leverage (X2), maka variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y) mengalami peningkatan sebesar 589E.11.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Profitabilitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI Periode 2019.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Diketahui bahwa nilai signifikan variabel profitabilitas adalah sebesar 0,553 atau lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah diterima. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Suffah & Riduwan (2016) dan Putri & Endang (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Putri dan Endang (2016) mengatakan bahwa peningkatan nilai ROA memperlihatkan gambaran yang bagus dimasa depan, sebab ROA memperlihatkan tingkat pengambilan investasi yang diberikan perusahaan dengan mempergunakan seluruh asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ROA, berarti perusahaan semakin efektif dalam memanfaatkan asset untuk memperoleh keuntungan.

Jika dilihat dari arah koefisiennya maka pengaruhnya adalah positif, yang artinya semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan. Profitabilitas akan membuat manajer akan berusaha untuk meningkatkan nilai kekayaan sebagai pemegang saham perusahaan, yang akhirnya juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, profitabilitas mampu menjadi mekanisme untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini mendukung, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Pengaruh Leverage Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI Periode 2019

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Diketahui bahwa nilai signifikan variabel profitabilitas adalah sebesar 0,068 atau lebih besar dari 0,05, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah diterima. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa leverage yang tinggi cenderung dapat menyebabkan nilai perusahaan menurun. Bertambahnya penggunaan utang tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan. Dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang tidak

menggunakan pinjaman sama sekali dan perusahaan yang menggunakan pembiayaan investasinya dengan pinjaman seluruhnya adalah tidak baik. Keputusan terbaik adalah keputusan yang moderat dengan mempertimbangkan kedua instrumen pembiayaan. Karena keyataan, semakin banyak utang maka semakin tinggi beban yang harus ditanggung perusahaan, seperti biaya kebangkrutan, biaya keagenan, beban bunga yang semakin besar dan sebagainya. Sehingga ketika laba turun maka pemegang saham menanggung semua kerugian. Jika masa cukup sulit, perusahaan yang meminjam dalam jumlah besar mungkin tidak dapat membayai utangnya. Perusahaan itu lalu bangkrut, dan pemegang saham kehilangan seluruh investasi mereka. Hal inilah yang mendorong investor untuk berfikir tidak menanamkan modalnya pada perusahaan yang mempunyai tingkat leverage tinggi, sehingga permintaan pasar akan saham semakin menurun yang tentunya akan berakibat pada nilai perusahaan yang diperoleh dari investor juga menurun.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Consumer Goods* yang Terdaftar di BEI Periode 2019

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Diketahui bahwa nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,874 atau lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dinyatakan Riyanto (2001: 296) bahwa perusahaan yang berukuran besar memiliki akses yang lebih besar pada pihak yang dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan memiliki pasar saham yang lebih besar, perusahaan juga akan berani melepaskan saham baru untuk memenuhi biaya pengembangan perusahaan. Maka dari itu nilai perusahaan pun akan meningkat.

Besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai total penjualan, atau nilai total aktiva. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil (Riyanto 2001:313).

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* (barang konsumsi) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019. Dari hasil dan pembahasan penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki keuntungan yang besar, sehingga para investor lebih mempercayakan dana yang dimilikinya pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik, dengan ini perusahaan

akan menaikkan harga sahamnya karena akibat dari permintaan yang besar. Sehingga nilai perusahaan juga akan ikut meningkat.

2. Leverage berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena penggunaan utang yang tinggi, dapat menunjukkan bahwa perusahaan berskala besar. Karena peningkatan penggunaan utang mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Perusahaan yang cenderung menaikkan utang, harga sahamnya naik begitu juga sebaliknya. Harga saham mencerminkan penilaian yang diberikan investor kepada perusahaan. Namun penelitian ini tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak.
3. Ukuran perusahaan yang diukur dengan total asset berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer good* (barang konsumsi) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019. Artinya bahwa peningkatan ukuran perusahaan akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a) Manajemen asset harus diperhatikan oleh perusahaan, agar perusahaan dapat lebih mudah mengontrol asset dengan baik sehingga dapat menghindari pembelian yang tidak perlu. Tanpa adanya manajemen asset, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menentukan prioritas untuk penyediaan barang.
 - b) Manajemen perusahaan disarankan untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosialnya karena peningkatan harga saham ditentukan dengan melihat hubungan dengan masyarakat.
 - c) Manajemen perusahaan disarankan untuk meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen, karena untuk meminimumkan masalah keagenan.
 - d) Nilai perusahaan yang *overvalued* dapat diperoleh dan dipertahankan perusahaan dengan kinerja yang terus meningkat di tiap kuartal, semester dan tahun, serta dengan memperhatikan kepentingan para *stakeholder* (investor, kreditor, karyawan. Masyarakat. Konsumen, pemasok dan pemerintah).
2. Bagi investor
 - a) Investor dapat mengkaji variabel profitabilitas terlebih dahulu sebelum menanamkan dananya. Hal ini dikarenakan semakin tinggi profitabilitas perusahaan mencerminkan nilai perusahaan yang diprosikan semakin tinggi.
 - b) Investor dapat menanamkan investasinya pada perusahaan manufaktur dengan kepemilikan manajerial yang tinggi karena kondisi tersebut berpengaruh terhadap tingkat nilai perusahaan .
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa diharapkan menggunakan variabel independen lain, menambah periode penelitian, dan diharapkan melakukan penelitian selain di sektor barang konsumsi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [2]. Ariningtika, Pradesta & Endang Kiswara. 2013. *Pengaruh Praktik Tata Kelola Perusahaan yang Baik terhadap Pengungkapan Lingkungan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011)*. Diponegoro Journal of Accounting, Vol: 2 No: 2. ISSN 2460-030X.
- [3]. Arjanggie, Aulia Rizki dan Zulaikha. 2015. *Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Diponegoro Journal of Accounting Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015.
- [4]. Astrini, Sandra Fitri, Ghanesus Biekayanti, dan Djoko Suhardjanto. 2015. *Praktik Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan Bumn Di Indonesia*. Jurnal Akuntansi/Volume XIX, No. 01, Januari 2015: 1-30.
- [5]. Belkaoui, Ahmed Riahi. 2006. *Teori Akuntansi*, Edisi 5 Buku 1, terj. Ali Akbar Yulianto dan Risnawati Dermauli. Jakarta: Salemba Empat.
- [6]. Bella, Luh Kadek Githa & I.G.N. Agung Suaryana. 2017. *Pengaruh Ios dan Pengungkapan CSR Pada Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.19.1. April (2017): 508-535. ISSN: 2302-8556.
- [7]. Brigham & Houston. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1 Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- [8]. Brigham, Houston. 2006. *Fundamentals Of Financial Management*, Buku 1, Edisi 10. Jakarta : Salemba Empat.
- [9]. Christine, Debbie, Winwin Yadiati, Nunuy Nur Afiah, Tettet Fitrijanti. 2019. *The Relationship of Environmental Management Accounting, Environmental Strategy and Managerial Commitment with Environmental Performance and Economic Performance*. International Journal of Energy Economics and Policy. Vol 9 Issue 5 2019. ISSN: 2146-4553.
- [10]. Cowen Linda, B., & Scott, S. 1987. *The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency-Based Analysis*. Accounting, Organizations and Society, 12, pp 111-122.
- [11]. Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Ary Wirajaya. 2013. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan*. ISSN : 2302-8556. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.4, No.2, Agustus 2013

- [12]. Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2.1 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [13]. GRI (Global Reporting Initiative) Standards. 2019, *Sustainability Reporting Guidelines*.<https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-translations/gri-standards-bahasa-indonesia-translations-download-center/>. Diakses 15 januari 2020.
- [14]. Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- [15]. Haryadi, Entis. 2016. *Pengaruh Size Perusahaan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi. Vol. 3 No. 2. Juli 2016. ISSN 2339-2436
- [16]. Hasanah, Ni'matul, Dhaniel Syam, & A.Waluya Jati. 2015. *Pengaruh Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan di Indonesia*. Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan Vol.5 No. 1, April 2015 Pp 711-720. ISSN: 2088-0685.
- [17]. Jogiyanto Hartono. 2007. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi 5, BPFE, Yogyakarta.
- [18]. Kartadjumena, Eriana & Waymond Rodgers. 2019. *Executive Compensation, Sustainability, Climate, Environmental Concerns, and Company Financial Performance: Evidence from Indonesian Commercial Banks*.
- [19]. Kartadjumena, Eriana. 2019. *The Board of Commissioners, Corporate Sustainability Concerns and Company Financial Performance: Evidence from Indonesian Commercial Banks*.
- [20]. Kartadjumena, Eriana. 2019. *The Board of Commissioners, Corporate Sustainability Concerns and Company Financial Performance: Evidence From Indonesians Commercial Banks*.
- [21]. Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Edisi I, Bandung: Refika Aditama.
- [22]. Keown, Arthur J dkk. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- [23]. Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG). 2006. *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta. Diakses tanggal 12 Januari 2013.
- [24]. Kurniawan, Tedy, Hafiez Sofyani & Evi Rahmawati. 2018. *Pengungkapan Sustainability Report dan Nilai Perusahaan: Studi Empiris di Indonesia dan Singapura*. Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi Maret 2018, Volume Xvi, No 1, 1-20.
- [25]. Kusuma, Aurin Wahyu & Denies Priantinah. 2018. *Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di Issi Dan Konvensional Periode 2014-2016*. Jurnal Nominal Vol: 7 No: 2.

- [26]. Kuzey, C & Uyar, A. 2016. *Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: Evidence from the emerging market of turkey.*
- [27]. Laksana, I. 2008. *Corporate Board Governance and Voluntary Disclosure of Executive Compensation Practices.* Contemporary Accounting Research, 25(4): 1147-82.
- [28]. Manurung, Daniel T.H., R. Wedi Rusmawan Kusumah, Dini W Hapsari dan Fitria Husnatarina. 2017. *Effect of Corporate Governance, Financial Performance and Environmental Performance on Corporate Social Responsibility Disclosure.* International Journal of Arts and Commerce Vol. 6 No. 5.
- [29]. Mardi, Hermanto, & Erna Widiastuy. 2019. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Melalui Corporate Social Responsibility (CSR).* E-jurnal Akuntansi. Vol.26, No.2, Februari 2019.
- [30]. Marem. 2015. *Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Environmental Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public yang Masuk Peringkat Corporate Governance Perception Index Tahun (2008-2012).* Naskah Publikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [31]. Martono, dan Harjito Agus. 2011. *Manajemen Keuangan.* Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.
- [32]. McWilliams, Abigail & Donald Siegel. 2000. *Corporate Social Responsibility And Financial Performance: Correlation Or Misspecification.* Strategic Management Journal, Volume 21, Issue 5.
- [33]. Meek, G. K., Roberts, C. B., & Gray, S. J. 1995. *Factors Influencing Voluntary Annual Report Disclosures By US, U.K. and Continental European Multinational Corporations.* Journal of International Business Studies Vol. 26, No. 3 (3rd Qtr., 1995), pp. 555-572.
- [34]. Murnita, Putu Elia Meilinda & I Made Pande Dwiana Putra. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi.* E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.23.2. Mei (2018): 1470-1494. ISSN: 2302-8556.
- [35]. Ningrum, U. N. & Asandimitra, N. 2017. *Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Dan Csr Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Peringkat Pertama Ara, Isra Dan Peringkat Emas Proper Yang Listing Di Bei Periode 2011-2015',* Jurnal Ilmu Manajemen, 5(2016), pp. 1–14. doi: 10.1136/bmjopen-2017-016371.
- [36]. Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah.* Edisi Kesatu. Jakarta: KENCANA
- [37]. Ntim, Collins G dan Kofi A. Osei. 2011. *The Impact of Corporate Board Meetings on Corporate Performance in South Africa.* African Review of Economics and Finance, Vol. 2, No. 2, pp.83-103, 2011.

- [38]. Nuryaman dan Veronica Christina. 2015. Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis Teori dan Praktek. Bogor: Ghalia Indonesia
- [39]. Nuryaman. 2013. *The Effect Of Corporate Social Responsibility Actlvltes On Profitability And Stock Price (Studies On The Companies Listed On Lndonesia Stock Exchange)*.
- [40]. Patten, D. M. 1991. *Exposure, legitimacy, and social disclosure*. Journal of Accounting and Public Policy, Volume 10, Issue 4, Winter 1991, Pages 297-308.
- [41]. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33 Tahun 2014.
- [42]. Pratama, Agny Gallus dan Rahardja. 2013. *Pengaruh Good Corporat Governance dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Lingkungan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Dan Tambang Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia (Bei) Dan Termasuk Dalam Proper Tahun 2009-2011)*. Diponegoro Journal Of Accounting Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-14. ISSN (Online): 2337-3806.
- [43]. Pratama, I Gusti Bagus Angga dan I Gusti Bagus Wiksuana. 2016. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 2, 2016 : 1338-1367 ISSN : 2302-8912
- [44]. Pratiwi, NovitaIndra. 2013. *Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap Sustainability Reporting Pada Perusahaan Yang Tergabung Di ISRA*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- [45]. Prihanto, Hendi. 2018. *Etika Bisnis & Profesi : Sebuah Pencarian*. Rajawali Pers, Depok 2018.
- [46]. Putra, Rosyid Nur Anggara, 2016. *The Effect Of Board Governance On Firm Value*. EFEKTIF Jurnal Bisnis dan Ekonomi. E-ISSN 2503 – 2968.
- [47]. Putri, Ayu Kemala, Made Sudarma dan Bambang Purnomosidhi. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Aplikasi Manajemen Vol 14, No 2 (2016)
- [48]. Ramadhani, I. A. 2015. *Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi (Studi Pada Perusahaan High-Profile Go Public Yang Mempublikasikan Sustainability Report Pada Tahun 2009- 2012)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya.
- [49]. Rasyid, Fithrishiyyam Aulia dan Willy Sri Yuliandhari. 2018. *Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)*. Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi Volume 4No. 2,September2018. ISSN: 2460-030X
- [50]. Riduwan & H. Sunarto. 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta. Cetakan Ke-4 – April 2011.

- [51]. Rifandi, Ahmad. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan Sustainability Report (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2015)*. Jurnal Akuntansi Vol 5, No 2 (2017).
- [52]. Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh. Yogyakarta.
- [53]. Riza, Widia Yulfa. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Reporting (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI selama periode 2013-2015)*.
- [54]. Saleh, Tahir. 2018. *Kinerja IHSG 2018, Terburuk dalam 3 Tahun*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20181231120250-17-48509/kinerja-ihsg-2018-terburuk-dalam-3-tahun>. Diakses 15 Januari 2020.
- [55]. Sari, Mega Putri Yustia & Marsono. 2013. *Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report*. Diponegoro Journal Of Accounting, Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-10. ISSN (Online): 2337-3806.
- [56]. Sembiring, Eddy R. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*, Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo.
- [57]. Setiawan, Kevin, Mukhzarudfa & Achmad Hizazi. 2019. *Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan Bursa Efek Malaysia Periode 2013-2017*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Magister Ilmu Akuntansi Universitas Jambi Vol 4 No 2 (2019)
- [58]. Soemarso, S.R. 2018. *Etika Dalam Bisnis & Profesi Akuntansi Dan Tata Kelola Perusahaan*. Penerbit Salemba Empat.
- [59]. Sugianto, Danang. 2018. *Saham Produsen Rokok Berguguran*. <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-4007217/saham-produsen-rokok-berguguran>. Diakses 15 Januari 2020.
- [60]. Sugiono, Arief & Untung, Edy. 2008. *Panduan Praktis dan Dasar Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Grasindo.
- [61]. Sugiyono, P. D. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [62]. Suhardjanto, Djoko dan Novita Dian Permatasari. 2010. *Pengaruh Corporate Governance, Etmis, dan Latar Belakang Pendidikan Terhadap Environmental Disclosure: Studi Empiris pada Perusahaan Listing Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Kinerja, Vol. 14, No.2 (2010).
- [63]. Suharli, Michell. 2006. *Studi Empiris Terhadap Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Go Public di Indonesia*. Jurnal MAKSI Vol.6 1 Januari 2006, 23-41.

- [64]. Sukamulja, S. 2004. *Good Corporate Governance di Sektor Keuangan: Dampak Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan*. Simposium Nasional Akuntansi, VII.
- [65]. Supriyono, Edy. 2016. *Pengungkapan Sosial Perusahaan Sebagai Mediasi Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Nilai Perusahaan: (Studi Empiris Pada Perusahaan Publik Di Bursa Efek Indonesia)*
- [66]. Thi, D.T. 2011. *Corporate Governance – Empirical Research on Board Size, Board Composition, Board Activity, Ownership Concentration and Their Effects on Performance Of Vietnamese Listed Companies*. Master Thesis in Business Administration University of Boras, 2-49. Tricker, R.I. (1994) International Corporate.
- [67]. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 3 tentang Perseroan Terbatas.
- [68]. Weston, J.F dan Copeland. 2008. *Dasar–Dasar Manajemen Keuangan Jilid II*. Jakarta: Erlangga.
- [69]. Widianto, Hari Suryono, 2011. *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Aktivitas, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Governance Terhadap Praktik Pengungkapan Sustainability Report (Studi Pada Perusahaan – Perusahaan yang Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007 - 2009)*
- [70]. World Commission on Environment and Development. *Our Common Future*; Oxford University Press: Oxford, UK. 1987
- [71]. Zarkasyi. 2008. *Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan, dan Jasa Keuangan Lainnya*. Penerbit: Alfabeta. Cetakan Kesatu.