

Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Sukmawati Dewi¹⁾, Barlia Annis Syahzuni²⁾

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul
Jl. Arjuna Utara No.9 Kebon Jeruk, Jakarta

¹⁾ dewtisukma@student.esaunggul.ac.id

Abstract

The aim of the research is to examine the relationship between managerial ownership, profitability and company size and company value in the non-cyclical consumer sector which is listed and active on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The use of causality research design in this research is to look for cause and effect relationships. The panel data regression method obtained a sample of 69 observation. The data in the research was processed using statistical analysis tools. The best random effect model was selected from the results of the Chow test, Hausman test and Lagrange multiplier test and has passed the classical assumption test. Data processing shows that partially managerial ownership and company size are proven to be unable to have a significant influence on company value. Meanwhile, the profitability variable is able to influence company value in a positive direction. It is hoped that the research results can help companies maintain factors that can optimize company value and help investors consider relevant factors in investment decisions.

Keywords: Company Value, Managerial Ownership, Profitability, Company Size

Abstrak

Tujuan penelitian untuk menguji hubungan antara kepemilikan manajerial, profitabilitas dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan pada sektor consumer non-cyclical yang terdaftar dan aktif di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penggunaan desain penelitian kausalitas pada penelitian ini untuk mencari hubungan sebab dan akibat. Metode regresi data panel diperoleh sampel 69 data observasi. Data pada penelitian diolah menggunakan alat analisis statistik. Model terbaik Random effect terpilih dari hasil uji chow, uji hausman dan uji lagrange multiplier telah lulus uji asumsi klasik. Olah data memberikan hasil bahwa secara parsial kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terbukti tidak mampu memberikan pengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Sedangkan untuk variabel profitabilitas mampu memengaruhi nilai perusahaan dengan arah yang positif. Hasil penelitian diharapkan bisa membantu perusahaan dalam menjaga faktor-faktor yang mampu mengoptimalkan nilai perusahaan dan membantu investor mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan dalam keputusan berinvestasi.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Harga saham pada pasar modal mencerminkan nilai suatu perusahaan yang menjadi salah satu alasan para pemegang saham yakin akan keberhasilan perusahaan dimasa lalu dan kemungkinan sukses dimasa depan (Yulianti & Ramadhan, 2022). Pergerakan perusahaan *consumer non-cyclical* di Indonesia pada harga saham terlihat mengalami penurunan hingga 0,65%. Di antaranya terdapat saham PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) menurun 1,08%, saham PT Gudang Garam (GGRM) menurun 1,77%, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) menurun 1,42%, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) menurun 0,44% dan saham PT Malindo Feedmill Tbk (MAIN) menurun 1,76%. Hal ini dikarenakan menurunnya kinerja pada beberapa perusahaan *consumer non-cyclical* (cnbcindonesia.com, 2023). Penurunan kinerja suatu perusahaan akan menyebabkan nilai perusahaan ikut menurun, sehingga mengurangi minat pemegang saham untuk menanamkan modalnya (Syahzuni & Edwani, 2023). Oleh karena itu,

nilai perusahaan berperan penting untuk memengaruhi pemegang saham dalam mengambil keputusan penanaman modal (Sudiyatno et al., 2020). Perusahaan harus berusaha dalam mengoptimalkan nilai perusahaan dengan mencapai kinerja perusahaan yang lebih baik, karena semakin tinggi nilai perusahaan akan membuat harga saham semakin mahal (Purba & Africa, 2019).

Supaya harga saham dan nilai perusahaan tidak mengalami penurunan, keprofesionalan manajer sangat diharapkan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam menyejahterakan pemegang saham (Yusra et al., 2019). Fungsi manajerial dalam mengoperasikan perusahaan akan lebih besar karena adanya saham kepemilikan oleh manajer, yang mana akan mendorong kinerja manajer dalam mengambil keputusan dan mengoptimalkan nilai perusahaan (Putri & Ramadhan, 2020). Besarnya kepemilikan saham akan memengaruhi tindakan manajer. Manajer menjadi lebih berhati-hati atas seluruh risiko yang ada sebelum mengambil keputusan (Kusumawati & Setiawan, 2019). Manajer yang mempunyai saham akan bekerja keras untuk mencegah terjadinya kerugian perusahaan, karena apabila perusahaan merugi maka tidak ada insentif sebagai manajer dan sebagai investor (Syahyono, 2020).

Suatu perusahaan memiliki peluang besar untuk mengembangkan bisnisnya ketika mampu meningkatkan keuntungan yang dihasilkan (Pangestuti et al., 2022). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan melalui rasio profitabilitas. Perusahaan yang mampu memperoleh keuntungan yang tinggi akan mengoptimalkan nilai perusahaan, sehingga dipilih pemegang saham untuk menamakan modal (Murti & Purwaningsih, 2022). Tingginya profitabilitas perusahaan akan meningkatkan harga saham dan menyejahterakan pemegang saham atas penanaman modal yang telah dilakukan. Hal itu dapat menandakan keberlangsungan suatu bisnis yang terjamin karena mempunyai peluang akan keuntungan perusahaan dimasa depan (Syahzuni & Muslimah, 2023).

Pemegang saham mendapatkan keyakinan akan hasil prospek yang besar, apabila ukuran perusahaannya besar. Akses dan peluang perusahaan besar di pasar modal guna mendapatkan sumber dana akan lebih mudah dari pada perusahaan kecil (Putri & Ramadhan, 2020). Semakin besar suatu perusahaan maka lingkungan bisnisnya akan semakin meluas untuk mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh pemegang saham (Yulianti & Ramadhan, 2022). Peningkatan ukuran perusahaan akan menunjukkan perkembangan suatu bisnis sehingga memperoleh laba yang tinggi. Perusahaan yang berskala besar biasanya banyak menarik minat pemegang saham untuk menanamkan modalnya, sehingga perkembangan perusahaan benar-benar berdampak pada nilai suatu perusahaan (Putra & Gantino, 2021).

Terdapat beberapa hasil penelitian mengenai nilai perusahaan. Di antaranya, Kepemilikan manajerial dari penelitian Purba & Africa (2019) dan Syahyono (2020) mendapatkan hasil negatif pada nilai perusahaan dan hasil yang positif terdapat pada penelitian Kusumawati & Setiawan (2019), Putri & Ramadhan (2020) dan Mappadang (2021). Hasil penelitian struktur modal terdapat pada penelitian Dewayani & Febyansyah (2022) dan Setianingtiyas & Gantino (2022) menunjukkan hasil yang positif, tidak dengan penelitian Putri & Syahzuni (2023) dan Yulisa & Wahyudi (2023) yang memberikan hasil negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ukuran perusahaan dari Putri & Ramadhan (2020), Hendrani & Septyanto (2021) dan Komalasari & Yulazri (2023) memberikan hasil negatif pada nilai perusahaan, tidak sejalan dengan penelitian Margono & Gantino (2021) dan Yusra et al., (2019) yang mendapatkan hasil positif.

Namun demikian, pada penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas karena profitabilitas diperkirakan dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan. Perusahaan akan memiliki daya tarik dalam menarik minat pemegang saham apabila profitabilitas yang dihasilkan tinggi (Sakinah & Hendrani, 2022). Meningkatnya permintaan akan saham suatu perusahaan membuat harga saham meningkat di pasar modal (Hendrani & Septyanto, 2021). Penelitian ini mengaplikasikan total penjualan sebagai proksi pada variabel ukuran perusahaan.

Penelitian untuk menguji nilai perusahaan pada sektor *consumer non-cyclical* periode 2020 hingga 2022 yang dipengaruhi oleh kepemilikan manajerial, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Sektor ini dipilih karena tetap stabil dalam berbagai kondisi ekonomi suatu negara. Perusahaan *consumer non-cyclical* mendistribusikan produk bahan pokok yang dibutuhkan masyarakat, sehingga menarik minat masyarakat untuk berinvestasi karena jarang terjadi fluktuasi atau

naik turunnya harga dan rendahnya risiko sehingga diperkirakan berpengaruh pada nilai perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Spence (1973) mendefinisikan sinyal secara implisit guna memperjelas alasan seseorang tertarik pada suatu hal. Sinyal merupakan bentuk tanda atau isyarat yang disampaikan perusahaan kepada pemegang saham (Margono & Gantino, 2021). Pemegang saham dan pemangku usaha memerlukan informasi sebagai komponen penting karena menyediakan penjelasan suatu kejadian di setiap masa, demi perkembangan suatu perusahaan (Aripin & Handayani, 2020). Menurut Sulistyanto (2018) teori sinyal digunakan perusahaan dengan memanfaatkan laporan keuangan dalam menyampaikan sinyal positif ataupun negatif kepada para penggunanya. Perusahaan memberikan sinyal kepada pemegang saham dengan berusaha memperlihatkan kualitas manajemen yang baik, yang mana akan dipertimbangkan pemegang saham atas prospek dan kinerja perusahaan (Komalasari & Yulazri, 2023). Pihak eksternal perusahaan mendapatkan informasi dari pihak internal perusahaan sebagai sinyal untuk mengetahui baik buruknya nilai perusahaan yang akan terlihat pada harga sahamnya (Rachmat & Suleiman, 2022).

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori agensi menurut Jensen & Meckling (1976) adalah perbedaan kepentingan investor selaku *principal* dan manajer selaku *agent* yang sering kali mendatangkan masalah. Fadrul *et al.*, (2023) menerangkan bahwa besarnya kepemilikan oleh manajemen dapat menyelaraskan kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena dalam teori ini menyatakan kemungkinan perbedaan kepentingan yang akan menimbulkan konflik di antara keduanya atau bisa disebut *agency conflict*. Konflik terjadi akibat tindakan manajer yang sering kali berlawanan dengan kemauan pemegang saham. Agensi teori menekankan pada pemisahan peran di suatu perusahaan, yang mana peran pengelolaan oleh manajer dan peran kepemilikan oleh pemegang saham (Dentika *et al.*, 2022). Pemisahan antara pengelolaan dan kepemilikan akan membuat tiap pihak berupaya mengoptimalkan kesejahteraannya masing-masing. Di mana pemilik perusahaan akan mendesak manajer dengan beragam insentif untuk bekerja keras dalam menaikkan nilai perusahaan demi kesejahteraan pemilik (Sulistyanto, 2018).

Nilai Perusahaan

Ningrum (2022) menjelaskan nilai perusahaan adalah tanggapan pemegang saham akan kesuksesan suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Kenaikan pada harga saham akan mengoptimalkan nilai perusahaan dan menyejahterakan investor. Menurut Yulianti & Ramadhan (2022) nilai perusahaan merupakan salah satu indeks dalam menilai keberhasilan dari kegiatan perusahaan dimasa lalu dan kemungkinan maju dimasa depan bagi para pemegang saham atas keyakinan manajemen perusahaan. Nilai perusahaan menjadi faktor bahan pertimbangan pemegang saham sebelum menanamkan sahamnya di suatu perusahaan (Margono & Gantino, 2021). Pemegang saham akan menilai kenaikan nilai suatu perusahaan sebagai kinerja perusahaan yang baik, sehingga memutuskan untuk melakukan penanaman modal (Pangestuti *et al.*, 2022). Nilai perusahaan dapat diketahui dengan *Price Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), dan Tobin's Q. Dentika *et al.*, (2022) menjelaskan PBV dapat dipakai untuk menilai harga saham. PBV memperlihatkan nilai yang lebih besar pada pasar saham dari pada nilai bukunya apabila perusahaan beroperasi dengan baik. Pemegang saham menggunakan PBV untuk mengetahui nilai saham *overvalued* atau *undervalued* pada suatu perusahaan. Tingginya nilai PBV akan menimbulkan rasa percaya pasar akan suatu prospek perusahaan untuk kedepannya yang dapat menandakan kesejahteraan pemegang saham (Ningrum, 2022).

Kepemilikan Manajerial

Menurut Fadrul *et al.*, (2023) kepemilikan manajerial yaitu manajer sebagai pemegang saham atau pemilik perusahaan berperan aktif dan ikut serta dalam mengambil keputusan atas suatu perusahaan. Menurut Putri & Ramadhan (2020) kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh manajer atau bisa dikatakan manajer memiliki peran sebagai investor di suatu perusahaan. Mappadang (2021) menyatakan kepemilikan saham akan membuat peran manajer setara dengan pemegang saham. Manajer mendapatkan wewenang dari *owner* perusahaan untuk

mengelola dan menaikkan nilai perusahaan, sehingga memberikan kesejahteraan kepada pemilik saham termasuk dirinya sendiri (Sulistiyanto, 2018). Kepemilikan manajerial menurut Purba & Africa (2019) akan terlihat dari persentase kepemilikan saham suatu perusahaan pada laporan keuangan. Kepemilikan manajerial dapat dihitung dengan persentase saham kepemilikan dari manajemen meliputi komisaris, direksi dan manajer. Manajemen sebagai pemegang saham akan bertindak untuk kepentingan suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan kepemilikan saham pada dewan komisaris dan dewan direksi. Kepemilikan atas manajerial dapat menyelaraskan kepentingan antar investor dan manajemen. Hal ini membuat manajer mendapatkan keuntungan secara langsung ataupun konsekuensi kerugian atas keputusan yang telah diambil (Hermawan & Putri, 2015).

Profitabilitas

Profitabilitas menurut Rahayu (2020) yaitu tingkat kemampuan dalam mengoperasikan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba selama rentang waktu tertentu. Bahraini *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam memanfaatkan sumber dayanya agar menghasilkan keuntungan yang melampaui pengeluaran. Menurut Anggraini & Agustiniingsih (2022), profitabilitas adalah keahlian perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas merefleksikan efektivitas pada pengendalian perusahaan. Oleh karena itu, tingginya nilai profitabilitas akan menarik minat pemegang saham sehingga meningkatkan permintaan atas saham perusahaan (Ningrum, 2022). Tingginya nilai rasio profitabilitas akan memberikan peluang baik untuk perusahaan dimasa depan bagi pemegang saham (Saputri & Bahri, 2021). Profitabilitas perusahaan dikatakan baik apabila nilainya lebih dari 12% (Subramanyam & Wild, 2010). Rasio profitabilitas bisa dilihat dari *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS). Profitabilitas yang diukur oleh ROE dapat menggambarkan efisiensi modal pada perusahaan. Rasio ROE memperlihatkan keterlibatan ekuitas dalam menghasilkan margin bersih. Hal ini akan mencerminkan keefektifan pengelolaan modal perusahaan yang didapat dari pemegang saham (Putra & Gantino, 2021). Meningkatnya rasio ini akan berdampak baik dan memperkuat posisi pemegang saham (Hermawan & Putri, 2015).

Ukuran Perusahaan

Wati (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah unsur yang menjadi pertimbangan pemegang saham saat melakukan penanaman modal, sebab risiko yang ditimbulkan perusahaan besar dan kecil itu berbeda. Ukuran perusahaan yaitu ukuran yang dapat membedakan besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset, total penjualan, harga saham dan lainnya (Rachmat & Suleiman, 2022). Menurut Adiputra & Hermawan (2020) ukuran perusahaan adalah ukuran yang bisa memperlihatkan kemampuan suatu perusahaan. Sumber dana akan lebih mudah didapatkan oleh perusahaan yang ukurannya besar. Hal ini terjadi karena perusahaan besar dianggap dapat mengatur kekayaan untuk membayar biaya operasional dalam jangka panjang (Syahzuni & Edwani, 2023). Ukuran perusahaan dapat dilihat dari logaritma natural total penjualan. Penjualan berperan penting dalam memperoleh keuntungan karena merupakan tujuan utama dalam berbisnis dan untuk keberlangsungan bisnisnya. Apabila penjualan perusahaan meningkat maka biaya produksi yang telah dikeluarkan akan tertutup sehingga meningkatkan keuntungan dan memengaruhi ukuran perusahaan. Hal itu dikarenakan besar atau kecilnya ukuran perusahaan bisa terlihat dari nilai penjualan suatu perusahaan (Putri & Ramadhan, 2020). Menurut UU RI No. 20 Tahun 2008 mengenai ukuran perusahaan dapat dinilai dari total penjualan suatu perusahaan yaitu perusahaan mikro Rp. 300.000.000, perusahaan kecil Rp. 300.000.000 sampai Rp. 2.500.000.000, perusahaan menengah Rp. 2.500.000.000 sampai Rp. 50.000.000.000 dan perusahaan besar Rp. 50.000.000.000.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial berperan penting karena mampu mengatasi masalah keagenan. Di mana kemungkinan kecurangan dapat terjadi antara manajemen dan investor dikarenakan kepentingan yang berbeda. Sehingga peluang manajer dalam memiliki saham perusahaan digunakan untuk menyesuaikan kepentingan keduanya (Putri & Ramadhan, 2020). Manajer diharapkan bisa bertindak secara profesional guna meminimalkan terjadinya masalah yang menyebabkan nilai perusahaan menurun dan kerugian bagi pemegang saham (Yusra *et al.*,

2019). Kepemilikan manajerial akan memengaruhi peningkatan nilai pada perusahaan karena kegiatan dalam perusahaan dapat diawasi secara langsung sehingga menghasilkan kinerja dan kualitas yang baik (Purba & Africa, 2019). Penelitian Kusumawati & Setiawan (2019), dan Mappadang (2021) memperoleh hasil kepemilikan manajerial memengaruhi nilai perusahaan. Sependapat dengan Yusra *et al.*, (2019) bahwa kepemilikan manajerial mendapatkan hasil pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan.

H₁ : Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

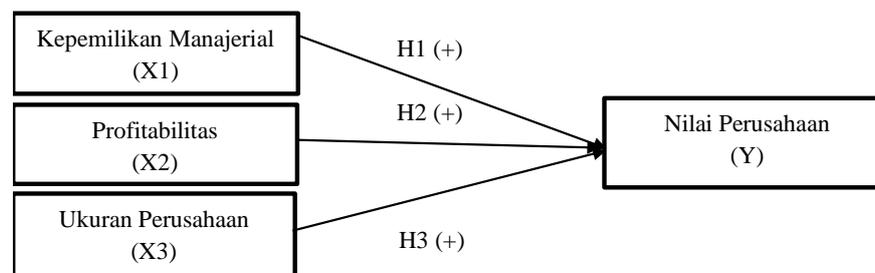
Tingginya profitabilitas merepresentasikan kesanggupan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, sehingga meningkatkan kepercayaan dan keinginan pemegang saham untuk melakukan investasi yang akan memengaruhi nilai perusahaan (Syahzuni & Muslimah, 2023). Sebelum menanamkan sahamnya, pemegang saham menilai kelayakan pada suatu perusahaan melalui profitabilitas (Saputri & Bahri, 2021). Tingginya profitabilitas perusahaan akan menggambarkan prospek dan kinerja perusahaan yang baik untuk masa depan (Anggraini & Agustiningih, 2022). Mappadang (2021) menyatakan bahwa usaha manajemen dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan dilakukan guna menarik para pemegang saham untuk menanamkan saham. Apabila profitabilitas meningkat maka memberikan sinyal nilai perusahaan yang baik. Penelitian Purba & Africa (2019), Bahraini *et al.*, (2021), Margono & Gantino (2021), Anggraini & Agustiningih (2022) dan Pangestuti *et al.*, (2022) menghasilkan profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Sependapat dengan Putra & Gantino (2021) dan Vidi & Ramadhan (2023).

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan memengaruhi penentuan dalam pendanaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, karena biasanya perusahaan besar dapat mengelola keuangan lebih stabil dari pada perusahaan kecil sehingga menarik pemegang saham (Agustiningih & Septiani, 2022). Menurut Putri & Ramadhan (2020) perusahaan akan lebih mudah memperoleh sumber dana atau pinjaman apabila ukuran perusahaannya besar, sebab lebih banyak mempunyai peluang untuk bertahan dan bersaing dalam industri. Perusahaan besar ditandai dengan tingginya nilai penjualan, sehingga memberikan sinyal bahwa perusahaan besar tersebut berprospek baik yang akan mengoptimalkan nilai perusahaan. Risiko lebih rendah akan diperoleh perusahaan besar dari pada perusahaan kecil, karena perusahaan dengan ukuran besar mampu mengendalikan keadaan pasar sehingga dapat bersaing dalam ekonomi (Juhandi *et al.*, 2019). Oleh sebab itu, perusahaan dengan skala yang besar lebih dipercaya pemegang saham akan kemampuannya (Sudiyatno *et al.*, 2020). Penelitian Agustiningih & Septiani (2022) menjelaskan ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan. Hasilnya sependapat dengan Husna & Satria (2019), Murti & Purwaningsih (2022), Yulianti & Ramadhan (2022), Syahzuni & Edwani (2023) dan Tylova & Nyale (2023).

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Penggunaan desain penelitian kausalitas pada penelitian ini untuk mencari hubungan sebab dan akibat. Metode yang dipakai kuantitatif. Populasi dan sampel untuk penelitian ini adalah

perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdapat di BEI periode 2020-2022 berjumlah 23 perusahaan. Menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria yaitu perusahaan *consumer non-cyclical* yang masih aktif dan terdaftar di BEI periode 2020-2022. Laporan keuangan perusahaan *consumer non-cyclical* yang dipublikasikan setelah diaudit dengan lengkap dan konsisten serta menggunakan mata uang rupiah. Perusahaan *consumer non-cyclical* yang memiliki *historical* data saham pada *yahoo finance* dan perusahaan *consumer non-cyclical* yang mempunyai kepemilikan saham manajerial. Sehingga sampel yang didapat sebanyak 69 laporan keuangan dari 23 perusahaan. Pengambilan data memakai data *time series* dan *cross section* pada periode 2020-2022. Metode analisis data menggunakan alat analisis statistik. Menggunakan uji deskriptif. Metode regresi data panel meliputi tiga model pendekatan model yaitu, *Common Effect*, *Fixed Effect* dan *Random Effect*. Dilanjutkan dengan Uji Chow, Uji Hausman dan Uji *Lagrange Multiplier* untuk menyeleksi model yang sesuai. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Model regresi linear dari data panel yang dapat digunakan adalah:

$$NP = \alpha + \beta_1 KM + \beta_2 P + \beta_3 UP + e$$

Di mana:

NP	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
$\beta_1 - \beta_3$	= Koefisien regresi
KM	= Kepemilikan Manajerial
P	= Profitabilitas
UP	= Ukuran Perusahaan
e	= Error

4. PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variable	Obs	Mean	Std. dev.	Min	Max
NP	69	.2936173	.9670017	-1.526603	1.832552
KM	69	.1156465	.1908457	8.39e-06	.6385109
P	69	.1410992	.1128215	.0001354	.7687934
UP	69	29.45276	1.564658	26.13623	32.45838

Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif pada penelitian ini nilai minimum kepemilikan manajerial adalah 0,00000839 yang dimiliki oleh PT Central Proteina Prima Tbk (CPRO) tahun 2020-2021 dan nilai maksimum 0,6385109 yang dimiliki oleh PT Indonesian Tobacco Tbk (ITIC) tahun 2020-2022 dengan rata-rata sebesar 0,1156465 atau sebesar 11,56% yang berarti rata-rata perusahaan *consumer non-cyclical* dalam penelitian ini tidak memiliki hak aktif untuk memberikan pengaruh terhadap keputusan manajerial karena lebih kecil dari 20% (Indrawati, 2020). Nilai minimum profitabilitas adalah 0,0001354 yang dimiliki oleh PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) tahun 2022 dan nilai maksimum 0,7687934 yang dimiliki oleh PT Central Proteina Prima Tbk (CPRO) tahun 2021 dengan rata-rata perusahaan *consumer non-cyclical* dalam penelitian ini memiliki ekuitas yang mampu menghasilkan laba sebesar 0,1410992 atau sebesar 14,10% yang berarti perusahaan *consumer non-cyclical* dalam penelitian ini memiliki profitabilitas yang baik. Karena nilai profitabilitas yang baik dalam perusahaan lebih dari 12% (Subramanyam & Wild, 2010). Nilai minimum ukuran perusahaan 26,13623 yang dimiliki oleh PT Indonesian Tobacco Tbk (ITIC) di tahun 2020 dan maksimum 32,45838 yang dimiliki oleh PT Gudang Garam Tbk (GGRM) tahun 2021 dengan rata-rata 29,45276 atau senilai Rp 6.182.599.932.623. Berarti dalam penelitian ini rata-rata perusahaan *consumer non-cyclical* termasuk ke dalam perusahaan besar karena mempunyai total penjualan > 50 Milyar. Nilai perusahaan mendapatkan nilai minimum -1,526603 yang dimiliki oleh PT Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP) tahun 2020 dan maksimum 1,832552 yang dimiliki oleh PT Sariguna

Primatirta Tbk (CLEO) tahun 2020 dengan rata-rata 0,2936173. Berarti rata-rata nilai perusahaan pada penelitian ini mempunyai nilai kurang dari 1 (*undervalue*) yang berarti nilai perusahaan kurang baik terlihat dari saham perusahaan dihargai oleh pasar di bawah nilai bukunya. Variabel nilai perusahaan dan kepemilikan manajerial menghasilkan nilai standar deviasi lebih besar dari pada nilai rata-ratanya, yang artinya data keseluruhan cukup bervariasi atau sifatnya heterogen. Sedangkan standar deviasi variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan lebih kecil dari pada nilai rata-rata kedua variabel tersebut mampu mewakili keseluruhan data dan data bersifat homogen atau kurang bervariasi.

Uji Estimasi Model

Dari uji chow dapat dilihat nilai Prob > F menghasilkan angka $0,0000 < 0,05$ sehingga model *Fixed Effect Model* (FEM) yang terpilih. Sedangkan untuk uji hausman nilai Prob > chi2 menghasilkan angka $0,3321 > 0,05$ yang berarti *Random Effect Model* (REM) yang terpilih. Dilanjutkan dengan uji *lagrange multiplier* dilihat dari Prob > chibar2 menghasilkan angka $0,0000 < 0,05$ yang berarti *Random Effect Model* (REM) yang terpilih. Dari hasil ketiga pengujian model, didapatkan model *Random Effect* sebagai model terbaik untuk penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan uji normalitas menggunakan uji shapiro francia menghasilkan nilai (Prob>z) $0,00126 < 0,05$ atau dapat dikatakan data tidak terdistribusi normal. Maka dipergunakan Logaritma natural (Ln) untuk memperbaikinya. Lalu menguji normalitas kembali yang menghasilkan nilai (Prob>z) $0,11898 > 0,05$. Berarti data telah terdistribusi normal sehingga bisa dipakai untuk tahap pengujian selanjutnya.

Berdasarkan uji multikolinearitas pada penelitian ini diperoleh nilai VIF dari Ukuran Perusahaan 3,16, Profitabilitas 2,66 dan Kepemilikan Manajerial 1,36. Sehingga semua variabel independen penelitian ini tidak terdeteksi gejala multikolinearitas karena nilai VIF yang dihasilkan < 10 .

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *modified wald test* pada penelitian ini memperoleh hasil (Prob>chi2) $0,0000 < 0,05$ sehingga terdapat masalah pada heteroskedastisitas. Berdasarkan uji autokorelasi menggunakan *wooldridge test* memperoleh hasil Prob>F sebesar $0,0000 < 0,05$ sehingga terdeteksi autokorelasi pada penelitian ini.

Namun menurut Napitupulu *et al.*, (2021) dalam bukunya yang berjudul “Penelitian Bisnis: Teknik dan Analisa Data dengan SPSS-STATA-EVIEWS” menjelaskan apabila model terbaiknya adalah *Random Effect Model* maka uji asumsi klasik ataupun perbaikannya tidak diperlukan, karena telah memakai metode *Generalized Least Square* (GLS). Dijelaskan pula bahwa data panel dengan model *common effect* dan *fixed effect*, perbaikan asumsi klasik pada autokorelasi dan heteroskedastisitas bisa diatasi dengan melakukan uji *robust standar error* atau bisa dengan melakukan *General Least Square* (GLS).

Uji Analisis Regresi Data Panel

Hasil temuan memperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$NP = -0,3361203 + 0,9656523 (KM) + 2,588484 (P) + 0,005189 (UP) + e$$

Dari persamaan regresi data panel tersebut, memperoleh nilai *constant* -0,3361203 apabila variabel kepemilikan manajerial, profitabilitas dan ukuran perusahaan bernilai sama dengan nol, maka nilai perusahaan yaitu sebesar -0,3361203. Variabel kepemilikan manajerial 0,9656523 memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh positif pada nilai perusahaan di mana tiap kenaikan 1% kepemilikan manajerial maka nilai perusahaan akan meningkat 0,9656523. Variabel profitabilitas 2,588484 memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh positif pada nilai perusahaan di mana tiap kenaikan 1% profitabilitas maka nilai perusahaan akan meningkat 2,588484. Variabel ukuran perusahaan 0,005189 memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh positif pada nilai perusahaan di mana tiap kenaikan 1% ukuran perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat 0,005189.

Berdasarkan uji koefisien determinasi memperoleh hasil 0,06048371 atau 6,05% bisa diartikan bahwa kepemilikan manajerial, profitabilitas, ukuran perusahaan hanya mampu memberikan pengaruh pada nilai perusahaan sebesar 6,05%. Sisanya dipengaruhi variabel lain sebesar 93,95% di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil uji F yaitu Prob>F sebesar $0,0309 < 0,05$ yang berarti data layak untuk dilanjutkan penelitiannya. Berdasarkan uji T (parsial) pada penelitian ini memperoleh

Kepemilikan Manajerial mendapatkan nilai $P > [z]$ 0,110 lebih besar dari 5%. Serta nilai koefisien 0,9656523 yang menunjukkan angka positif artinya secara parsial kepemilikan manajerial tidak terdapat bukti pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan. Profitabilitas mendapatkan nilai $P > [z]$ 0,009 lebih kecil dari 5%. Serta nilai koefisien 2,588484 yang menunjukkan angka positif artinya secara parsial profitabilitas terdapat bukti pengaruh positif yang signifikan pada nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan mendapatkan nilai $P > [z]$ 0,944 lebih besar dari 5%. Serta nilai koefisien 0,005189 yang menunjukkan angka positif artinya ukuran perusahaan secara parsial tidak terdapat bukti pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan.

Tabel 2. Hasil Hipotesis

	Hipotesis	β	Sig.	Hasil
H1	Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	0,965652	0,110	Ditolak
H2	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	2,588484	0,009	Diterima
H3	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	0,005189	0,944	Ditolak

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji parsial (uji T) pada penelitian ini menghasilkan kepemilikan manajerial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial. Maka H1 tidak dapat diterima. Dengan adanya kepemilikan saham manajerial, maka kedudukan manajer dan investor akan setara. Sebagai pihak internal dalam suatu perusahaan, manajemen mempunyai *responsibility* lebih besar atas kinerja perusahaan dan manajemen sebagai pemilik saham belum mampu memengaruhi kebijakan perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaannya, karena secara rata-rata kepemilikan manajerial dalam penelitian ini hanya 11,56%. Kepemilikan saham di bawah 20% (saham minoritas) tidak memiliki hak aktif untuk memberikan pengaruh terhadap keputusan manajerial. (Indrawati, 2020). Hasil yang sama pada penelitian Purba & Africa (2019) dan Syahyono (2020) dalam penelitiannya kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji parsial (uji T) pada penelitian ini menghasilkan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan secara parsial. Maka H2 dapat diterima. Besarnya nilai profitabilitas yang dihasilkan mampu memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dapat mencerminkan profitabilitas dalam keadaan baik apabila sanggup menghasilkan laba, sehingga dapat membuat nilai yang baik pada perusahaan (Putri & Syahzuni, 2023). Meningkatnya profit perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga memperbanyak permintaan saham yang akhirnya membuat harga saham naik (Dewayani & Febyansyah, 2022). Penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang sama yaitu Dewayani & Febyansyah (2022), Putri & Syahzuni (2023) menyatakan profitabilitas dapat memberi pengaruh yang positif untuk nilai perusahaan secara signifikan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji parsial (uji T) pada penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial. Pertimbangan pemegang saham sebelum menanamkan sahamnya tidak melihat dari ukuran suatu perusahaan (Tarigan et al., 2023). Hal ini karena seluruh perusahaan dalam penelitian ini termasuk perusahaan besar, sehingga tidak relevan lagi sebagai informasi dalam pengambilan keputusan. Perusahaan dengan total penjualan yang besar belum tentu mampu menciptakan laba yang tinggi apabila tidak memiliki kinerja yang baik dan tingginya biaya operasional perusahaan akan menghasilkan laba yang rendah. Oleh sebab itu, pemegang saham lebih berminat pada profitabilitas yang mampu dihasilkan perusahaan dengan tingginya pengembalian investasi (Hendrani & Septyanto, 2021). Penelitian terdahulu memperoleh hasil yang sejalan yaitu Putra & Gantino (2021), Hendrani & Septyanto (2021), Anggraini & Agustiningsih (2022) dan Rachmat & Suleiman (2022) bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan secara parsial.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian pada perusahaan *consumer non-cyclical* dengan menguji hubungan kepemilikan manajerial, profitabilitas dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan dapat diperoleh bahwa secara parsial profitabilitas dapat memberikan pengaruh positif pada nilai perusahaan. Sementara itu, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan secara parsial tidak terbukti dapat memengaruhi nilai perusahaan. Keterbatasan penelitian adalah perolehan total sampel hanya 20% dari populasi dan juga nilai koefisien determinasi yang hanya 6,05%. Oleh karena itu, dapat diputuskan bahwa ketiga variabel yang digunakan belum cukup untuk memengaruhi nilai perusahaan. Disarankan untuk menggunakan perusahaan pada sektor lain seperti sektor *infrastructures*. Sektor *infrastructures* memengaruhi kondisi pertumbuhan ekonomi Indonesia karena menunjang aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat, sehingga kemungkinan akan lebih banyak sampel yang didapat yang mampu mencerminkan industri *infrastructures* secara keseluruhan. Dari hasil penelitian diharapkan dapat berguna untuk perusahaan dan pemegang saham. Perusahaan dapat memberikan perhatian lebih kepada hal-hal yang mampu meningkatkan pencapaian profitabilitas agar dapat memberikan sinyal positif sehingga nilai pada perusahaan meningkat. Investor dapat melihat kemungkinan pengembalian investasinya dari profitabilitas perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, i. G., & hermawan, a. (2020). The effect of corporate social responsibility, firm size, dividend policy and liquidity on firm value: evidence from manufacturing companies in indonesia. *International journal of innovation, creativity and change*, 11(6), 325–338.
- Agustiningsih, w., & septiani, n. D. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair value: jurnal ilmiah akuntansi dan keuangan*, 5(3), 1433–1440. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2465>
- Angraini, c., & agustiningsih, w. (2022). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal ilmiah mea (manajemen, ekonomi, dan akuntansi)*, 6(2), 1842–1859.
- Aripin, a. A. N., & handayani, s. (2020). Pengaruh economic value added, earning per share debt to total asset ratio dan asset growth terhadap nilai perusahaan. *Jca ekonomi*, 1(1), 126–134.
- Bahraini, s., endri, e., santoso, s., hartati, l., & pramudena, s. M. (2021). Determinants of firm value: a case study of the food and beverage sector of indonesia. *Journal of asian finance*, 8(6), 839–847. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0839>
- Dentika, l., djabir, m., & teri. (2022). *Menyelisik nilai perusahaan* (f. Rahma (ed.); pertama). Pustaka aksara.
- Dewayani, p., & febyansyah, a. (2022). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jacfa: journal advancement center for finance and accounting*, 2(3), 394–412.
- Fadrul, budiyanto, & asyik, n. F. (2023). *Kinerja keuangan dan nilai perusaahaan: ditinjau dari peran struktur kepemilikan dan corporate social responsibility* (d. Winarni (ed.); pertama). Cv. Eureka media aksara.
- Hendrani, a., & septyanto, d. (2021). The effect of return on asset, debt to equity ratio and company size on company value in manufacturing companies in the food and beverage sub-sector on the idx for 2014-2018. *Kne social sciences*, 2021, 681–693. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8851>
- Hermawan, a., & putri, r. T. (2015). *Nilai perusahaan dan kebijakan dividen* (pertama). Mer-c publishing. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/52246>
- Husna, a., & satria, i. (2019). Effects of return on asset, debt to asset ratio, current ratio, firm size, and dividend payout ratio on firm value. *International journal of economics and financial issues*, 9(5), 50–54. <https://doi.org/10.32479/ijefi.8595>
- Indrawati, i. (2020). *Akuntansi keuangan lanjutan* (a. Dinarjito (ed.)). Politeknik keuangan negara stan.
- Jensen, m. C., & meckling, w. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305–360.

- [https://doi.org/10.1016/0304-405x\(76\)90026-x](https://doi.org/10.1016/0304-405x(76)90026-x)
- Juhandi, n., fahlevi, m., abdi, m. N., & noviantoro, r. (2019). Liquidity, firm size and dividend policy to the value of the firm (study in manufacturing sector companies listed on indonesia stock exchange). *Advances in economics, business and management research*, 100, 313–317. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.53>
- Komalasari, d. N., & yulazri, y. (2023). Pengaruh pengungkapan likuiditas, solvabilitas, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Scientific journal of reflection: economic, accounting, management and business*, 6(2), 470–479. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i2.670>
- Kusumawati, e., & setiawan, a. (2019). The effect of managerial ownership, institutional ownership, company growth, liquidity, and profitability on company value. *Riset akuntansi dan keuangan indonesia*, 4(2), 136–146. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v4i2.8574>
- Mappadang, a. (2021). Managerial ownership, leverage, profitability on corporate value: an interactive effect in indonesia stock exchange. *Widyakala journal*, 8(2), 54–60. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v8i2.443>
- Margono, f. P., & gantino, r. (2021). The influence of firm size, leverage, profitability, and dividend policy on firm value of companies in indonesia stock exchange. *Copernican journal of finance & accounting*, 10(2), 45–61. <https://doi.org/10.12775/cjfa.2021.007>
- Murti, a. U., & purwaningsih, e. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Fair value: jurnal ilmiah akuntansi dan keuangan*, 5(2), 1012–1019.
- Napitupulu, r. B., simanjuntak, t. P., hutabarat, l., damanik, h., harianja, h., sirait, r. T. M., & tobing, c. E. R. L. (2021). Penelitian bisnis : teknik dan analisa data dengan spss - stata - eviews. In *madenatera* (1st ed., vol. 1). Madenatera.
- Ningrum, e. P. (2022). *Nilai perusahaan (konsep dan aplikasi)* (kodri (ed.); pertama). Penerbit adab. http://repository.ubharajaya.ac.id/20169/1/nilai_perusahaan.pdf
- Pangestuti, d., muktiyanto, a., geraldina, i., & darmawan, d. (2022). Role of profitability, business risk, and intellectual capital in increasing firm value. *Journal of indonesian economy and business*, 37(3), 311–338. <https://doi.org/10.22146/jieb.v37i3.3564>
- Purba, j. T., & africa, l. A. (2019). The effect of capital structure, institutional ownership, managerial ownership, and profitability on company value in manufacturing companies. *The indonesian accounting review*, 9(1), 27–38. <https://doi.org/10.14414/tiar.v9i1.1619>
- Putra, r. D., & gantino, r. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 11(1), 81–96. <https://doi.org/http://doi.org/10.15408/ess.v11i1.20338>
- Putri, a., & syahzuni, a. (2023). Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *El-mal: jurnal kajian ekonomi & bisnis islam*, 5(1), 983–993. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.5108>
- Putri, s. W., & ramadhan, y. (2020). Pengaruh kebijakan dividen, leverage, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Jca ekonomi*, 1(1), 64–77. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/54>
- Rachmat, a., & suleiman, r. S. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dan penerapan e-commerce terhadap nilai perusahaan. *Jacfa: journal advancement center for finance and accounting*, 02(03), 255–281. <https://journal.jacfa.id/index.php/publish/article/view/26>
- Rahayu. (2020). *Kinerja keuangan perusahaan*. Penerbit program pascasarjana universitas prof. Moestopo (beragama).
- Sakinah, i., & hendrani, a. (2022). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Fair value: jurnal ilmiah akuntansi dan keuangan*, 5(5), 2173–2180.
- Saputri, d. R., & bahri, s. (2021). The effect of leverage, profitability, and dividend policy on firm value. *International journal of educational research & social sciences*, 2(6), 1316–1324. <https://doi.org/10.51601/ijersc.v2i6.223>
- Setianingtiyas, s., & gantino, r. (2022). Pengaruh profitabilitas, struktur modal dan growth

- opportunity terhadap nilai perusahaan. *Sintama: jurnal sistem informasi, akuntansi dan manajemen*, 2(2), 205–215. [Www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)
- Setiawati, s. (2023). *Lebaran di depan mata, saham konsumen kok malah loyo?* Cnbc indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230411154114-17-429010/lebaran-di-depan-mata-saham-konsumer-kok-malah-loyo>
- Spence, m. (1973). Job market signaling. *The quarterly journal of economics*, 87(3), 355. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Subramanyam, k. R., & wild, j. J. (2010). *Analisis laporan keuangan*. Salemba empat.
- Sudiyatno, b., puspitasari, e., suwarti, t., & asyif, m. M. (2020). Determinants of firm value and profitability: evidence from indonesia. *Journal of asian finance, economics and business*, 7(11), 769–778. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.769>
- Sulistyanto, s. (2018). *Manajemen laba: teori dan model empiris* (a. Listyandari (ed.); cetakan ii). Penerbit pt grasindo.
- Syahyono, s. (2020). The effect of managerial ownership and institutional ownership on the value of manufacturing companies. *Fair value: jurnal ilmiah akuntansi dan keuangan*, 2(2), 364–370. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/fairvalue.v2i2.1194>
- Syahzuni, b. A., & edwani, v. M. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan modal kerja terhadap nilai perusahaan. *Fair value: jurnal ilmiah akuntansi dan keuangan*, 5(11).
- Syahzuni, b. A., & muslimah, b. D. (2023). Pengaruh kebijakan dividen, struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair value: jurnal ilmiah akuntansi dan keuangan*, 5(12).
- Tarigan, f. A. B., wahyudi, i., & ramdani, m. (2023). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor food & beverage bei tahun 2019-2022. *Jiip - jurnal ilmiah ilmu pendidikan*, 6(11), 9538–9546. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.2824>
- Tylova, j. B., & nyale, m. H. Y. (2023). Analisis profitabilitas, likuiditas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Reslaj: religion education social laa roiba journal*, 5(5), 2936–2949. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i5.3543>
- Vidi, y. T., & ramadhan, y. (2023). Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, dan inflasi terhadap nilai perusahaan. *Reslaj: religion education social laa roiba journal*, 5(5), 2920–2935. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i5.3519>
- Wati, l. N. (2019). *Model corporate social responsibility (csr)* (momon (ed.); pertama). Myria publisher.
- Yulianti, v., & ramadhan, y. (2022). Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal ilmiah indonesia*, 7(3), 1386–1399.
- Yulisa, c. F., & wahyudi, i. (2023). Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2018-2021. *Jurnal publikasi ilmu ekonomi dan akuntansi*, 3(1), 53–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupea.v3i1.580>
- Yusra, i., hadya, r., begawati, n., istiqomah, l., afriyeni, & kurniasih, n. (2019). Panel data model estimation: the effect of managerial ownership, capital structure, and company size on corporate value. *Journal of physics: conference series*, 1175(1), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012285>