

Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Sub Sektor Minyak Bumi, Gas dan Batubara yang Terdaftar di BEI 2019-2023

Salsabila Alya Hanifa ¹⁾, Retno Indah Hernawati ²⁾

^{1,2)} Universitas Dian Nuswantoro

¹⁾ 212202104502@mhs.dinus.ac.id

²⁾ retno.indah.hernawati@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Perusahaan dibentuk untuk memperoleh keuntungan jangka panjang dan meningkatkan nilai perusahaan demi kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja serta prospek perusahaan di masa depan. Namun terkadang nilai perusahaan dapat mengalami penurunan dan kenaikan yang signifikan. Salah satunya, penurunan nilai perusahaan pertambangan yang signifikan sejak tahun 2019. Penelitian ini akan membahas lebih dalam mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kenaikan atau penurunan nilai perusahaan diantaranya rasio profitabilitas, likuiditas, leverage dan *agency cost* pada sub sektor minyak bumi, gas dan batubara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis linear berganda. Data dikumpulkan dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia sebanyak 81 perusahaan dan menggunakan teori sinyal sebagai teori utama dalam menjelaskan pentingnya rasio profitabilitas, likuiditas, leverage dan *agency cost* dalam memengaruhi tingkat nilai perusahaan. Hasil penelitian menemukan bahwasanya profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan, sedangkan likuiditas, leverage dan *agency cost* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Kata kunci : profitabilitas, likuiditas, leverage, *agency cost*, nilai perusahaan.

Abstract

Companies are formed to obtain long-term profits and increase company value for the prosperity of owners or shareholders. Firm value is very important because it reflects the performance and prospects of the company in the future. However, sometimes company value can experience significant decreases and increases. One of them is the significant decline in the value of mining companies since 2019. This study will discuss more deeply the factors that can influence the increase or decrease in company value including profitability, liquidity, leverage and agency cost ratios in the oil, gas and coal sub-sectors. This research uses a quantitative approach with multiple linear analysis. Data was collected from the official website of the Indonesia Stock Exchange as many as 81 companies and used signal theory as the main theory in explaining the importance of profitability, liquidity, leverage and agency cost ratios in influencing the level of firm value. The results found that profitability affect firm value, while liquidity, leverage and agency cost have no effect on firm value.

Keywords: profitability, liquidity, leverage, agency cost, firm value.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan sebagai entitas dengan tujuan untuk meraih keuntungan dalam jangka panjang. Tujuan perusahaan bukan hanya terfokus pada maksimalisasi laba, melainkan berupaya menaikkan nilai perusahaan untuk memberikan kemakmuran kepada pemilik atau pemegang saham. Pentingnya nilai perusahaan menjadi acuan bagi perusahaan untuk mencapai angka yang tinggi, yang berujung pada meningkatnya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan mempunyai peranan penting karena mencerminkan kinerja serta menggambarkan prospek perusahaan di masa depan. Disisi lain, nilai perusahaan pun mencerminkan penilaian pasar secara menyeluruh pada perusahaan itu (Fole & Rahmawati, 2023). Semakin meningkat nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya, semakin kuat keyakinan bahwa perusahaan mampu memberikan keuntungan dan kesejahteraan bagi para pemegang saham. Ketika pemegang saham merasakan kemakmuran, hal ini bisa berdampak positif bagi perusahaan, karena mereka cenderung akan tetap berinvestasi dan bisa menarik calon investor untuk menanamkan modal di perusahaan itu (Wardani & Susilowati, 2020).

Indonesia ialah negara berkembang yang mempunyai potensi diantaranya di sektor pertambangan (Laela & Prayitmi, 2022). Beberapa diantaranya yaitu pertambangan minyak bumi, gas dan batu bara. Perusahaan dalam subsektor minyak dan gas mencakup entitas yang berfokus pada pengeboran, produksi, dan distribusi minyak bumi, gas dan batu bara. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akan bahan bakar, energi, dan barang konsumsi lainnya, industri ini mengolah sumber daya mentah menjadi produk setengah jadi atau produk jadi. Hasil dari perusahaan subsektor migas dan batu bara merupakan komoditas terbesar bagi Indonesia yang dipergunakan untuk kepentingan dalam negeri (Ningsih et al., 2024). Pertambangan termasuk ke dalam 50 kapitalisasi pasar terbesar di Bursa Efek Indonesia dan termasuk ke dalam sektor penguasa bursa saham di Indonesia yaitu BYAN memiliki kapitalisasi pasar sebesar sekitar Rp663,33 triliun dengan jumlah saham beredar sebanyak 33,33 miliar lembar (Setiawati, 2024). Kapitalisasi pasar menilai besarnya suatu perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang ditandai dengan harga saham dan jumlah saham beredar, menandakan bahwa perusahaan pertambangan sangat baik sehingga masuk ke dalam salah satu kapitalisasi terbesar di BEI. Sejak tahun 2019, nilai perusahaan atau *price to book value* (PBV) tambang mengalami penurunan yang signifikan hingga tahun 2021 (Mawardani et al., 2023). Data penelitian oleh Ningsih et al. (2024) mengungkapkan perusahaan dengan nilai perusahaan (PBV) terendah pada periode 2020 – 2023 yaitu PT. Dwi Guna Laksana Tbk dengan angka -27.190. Namun, di periode yang sama PT. Akbar Indo Makmur Stimec Tbk mendapat nilai perusahaan (PBV) tertinggi dengan angka 103.930 yang menunjukkan perbedaan signifikan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Dari fenomena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis unsur-unsur yang berimbas pada nilai perusahaan di sub sektor minyak bumi, gas dan batu bara di tahun penelitian 2019 hingga 2023 dimana fenomena tersebut terjadi.

Menurut Harfani & Nurdiansyah (2021) profitabilitas mempunyai pengaruh positif yang signifikan dalam menentukan seberapa tinggi atau rendah angka suatu perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi cenderung menarik perhatian investor, karena dianggap memberikan keuntungan yang besar (Kusumaningrum & Iswara, 2022). Semakin tinggi laba atas asetnya, perusahaan akan dianggap semakin menguntungkan, sehingga lebih banyak investor tertarik untuk melakukan investasi (Nurjannah & Machmuddah, 2024). Penelitian Rossa et al., (2023), Hotang (2021), Syahrani et al. (2023), Apriantini et al. (2022) menemukan profitabilitas mempunyai pengaruh positif atas nilai perusahaan dimana semakin besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan, semakin menarik perusahaan tersebut di mata investor, sehingga dapat memicu kenaikan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan secara menyeluruh. Sedangkan Mahanani & Kartika (2022), Muharramah & Mohammad (2022) dan Kurnia & Rivandi (2023) menemukan profitabilitas tidak berpengaruh atas nilai perusahaan.

Di samping profitabilitas, likuiditas perusahaan juga berdampak pada nilai perusahaan secara positif (Mery, 2017). Likuiditas yang diatur dengan baik bisa mengindikasikan potensi perusahaan yang lebih produktif, sehingga bisa menarik minat investor dalam menaikkan permintaan saham. Likuiditas berpengaruh pada nilai perusahaan, memberikan sinyal positif kepada pemegang saham. Tingginya tingkat likuiditas mengindikasikan bahwasanya perusahaan berada dalam status yang sehat, yang berdampak pada kemampuannya untuk memenuhi kewajiban jangka pendek tepat waktu (Santi & Sudarsi, 2024). Rossa et al. (2023) dan Mahanani & Kartika (2022) menyimpulkan bahwasanya likuiditas berpengaruh positif pada nilai perusahaan dimana likuiditas yang baik dapat mengindikasikan potensi perusahaan yang tinggi. Sedangkan pada penelitian Apriantini et al. (2022) dan Hotang (2021) menyimpulkan bahwasanya tingkat likuiditas tidak berdampak apapun kepada nilai perusahaan.

Leverage merupakan unsur lain yang memengaruhi nilai perusahaan (Hasti et al., 2022). Leverage bisa dimaknai sebagai penggunaan utang oleh perusahaan untuk menjalankan aktivitas operasionalnya (Susesti & Wahyuningtyas, 2022). Memenuhi kebutuhan dana dengan cara meminjam akan mempengaruhi tingkat leverage perusahaan. Dengan demikian, leverage bisa dipahami sebagai rasio yang menerangkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang (Kurniadiantoyo, 2022). Tingkat leverage yang tinggi pun menerangkan bahwasanya utang perusahaan sangat besar, yang bisa berdampak negatif, membuat investor semakin cermat dalam berinvestasi di perusahaan itu (Juana & Jonnardi, 2023). Penelitian Thamrin & Jasriana (2022) menyatakan bahwasanya leverage mengindikasikan dampak negatif atas nilai perusahaan dimana angka leverage yang tinggi memberikan dampak pada penurunan nilai perusahaan. Sementara Kurnia & Rivandi (2023) mendapatkan bahwasanya leverage mengindikasikan dampak positif yang menaikkan nilai perusahaan. Sementara studi Maharani (2021) menyimpulkan bahwasanya leverage tidak memberikan dampak apapun kepada nilai perusahaan.

Unsur lain yang menyebabkan pengaruh kepada nilai perusahaan yaitu *agency cost* (Retnoningrum & Retnani, 2023). *Agency cost* diartikan sebagai biaya yang timbul untuk menanggulangi perselisihan perbedaan urgensi (kepentingan) antara agen dan principal. Kepentingan pemegang saham yaitu memaksimalkan kekayaan melalui pembayaran dividen dari investasi yang menghasilkan keuntungan. Sementara itu, agen lebih fokus pada ukuran dan perkembangan perusahaan, yang juga memberikan kekayaan bagi mereka. Konflik kepentingan yang muncul antara prinsipal dan agen disebut sebagai masalah keagenan (*agency problem*) (Shabrina, 2017). *Agency cost* terbagi menjadi 3 jenis biaya, yaitu *bonding cost*, *monitoring cost* dan *residual loss* (Jensen & Meckling, 1976). Perdebatan masih berlangsung mengenai hubungan antara *agency cost* dan nilai perusahaan. Retnoningrum & Retnani (2023) mengungkapkan bahwasanya *agency cost* berdampak positif pada nilai perusahaan, sementara Nurmalasari & Maradesa (2021) menyimpulkan bahwasanya *agency cost* tidak berdampak kepada nilai perusahaan. Dengan adanya penelitian yang menerangkan hasil kontradiktif, ini bisa membuka peluang pengujian ulang untuk mendapat kepastian penelitian, terutama dengan mempertimbangkan *agency cost* sebagai variabel baru yang bisa mempengaruhi hubungan dengan nilai perusahaan dan menggunakan teori sinyal yang menawarkan perspektif bagaimana rasio keuangan dalam laporan keuangan perusahaan dapat mempengaruhi tingkat nilai perusahaan. Dengan memasukkan *agency cost* sebagai variabel, bisa menyelidiki bagaimana transparansi berpengaruh pada nilai perusahaan.

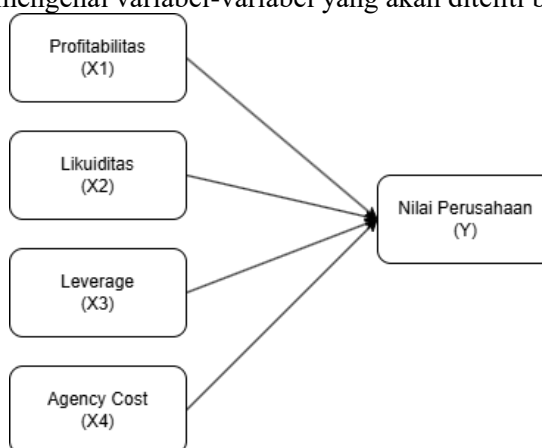
2. KAJIAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signaling theory*)

Teori sinyal menguraikan cara perusahaan menyampaikan informasi kepada para pengguna laporan keuangan (Wardani & Susilowati, 2020). ada dorongan bagi perusahaan dalam menyediakan informasi dikarenakan adanya ketidakseimbangan informasi diantara perusahaan dengan pihak luar, di mana perusahaan mempunyai pengetahuan yang lebih mendalam tentang dirinya dan prospeknya di masa depan dibandingkan pihak luar. Teori sinyal di penelitian ini yaitu manajemen perusahaan selaku pihak yang menyalurkan sinyal berupa informasi berkaitan dengan profitabilitas, likuiditas, leverage dan *agency cost* kepada para investor. Informasi itu penting sekali untuk investor sebab menyediakan penjelasan, gambaran, atau catatan yang menyangkut kondisi perusahaan, baik yang mencakup masa lalu maupun prospek di masa depan (Sarmin et al., 2021).

Kerangka Konseptual

Sesuai penjelasan mengenai latar belakang dan rumusan masalah yang sudah disampaikan sebelumnya, kerangka konseptual mengenai variabel-variabel yang akan diteliti bisa dirumuskan dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pengaruh Profitabilitas pada nilai perusahaan

Laba merupakan parameter kinerja perusahaan yang penting (Putra & Wahyuni, 2021). Semakin tinggi laba suatu perusahaan, semakin menerangkan kepada investor bahwasanya prospek perusahaan di masa mendatang sangat positif. Hal ini bakal memotivasi investor untuk menanamkan uangnya (Nandita & Kusumawati, 2018). Dalam teori sinyal, perusahaan mempunyai peran penting dalam menyampaikan informasi tentang profitabilitas kepada pihak luar (Lestari & Afkar, 2022). Teori sinyal, yang menggambarkan

usaha manajemen perusahaan dalam menyampaikan informasi yang konsisten kepada para investor, mempunyai kaitan erat dengan profitabilitas. Hal ini berkaitan dengan bagaimana manajemen menginformasikan tingkat keuntungan atau laba perusahaan, sehingga pemegang saham bisa menilai prospek masa depan investasi mereka (Apriantini et al., 2022). Profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan memikat investor untuk membeli sahamnya, sehingga secara otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini membuat investor menilai bahwasanya posisi nilai perusahaan cukup baik (Assyifa, 2024). Hasil penelitian Harfani & Nurdiansyah (2021), Mery (2017), Rossa et al. (2023), Hotang (2021), Syahrani et al. (2023) dan Apriantini et al. (2022) menyimpulkan jika profitabilitas menghasilkan dampak yang positif dan signifikan untuk variabel nilai perusahaan. Teori dan studi sebelumnya mengindikasikan bahwasanya profitabilitas memengaruhi angka suatu perusahaan, dengan demikian hipotesis awal dari penelitian ini, yaitu:

H1 : Profitabilitas memengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas pada nilai perusahaan

Likuiditas dipahami sebagai kapabilitas untuk melunasi utang periode pendek. Jika sebuah perusahaan tidak mempunyai kemampuan dalam memenuhi utang jangka pendeknya, kelangsungan usahanya akan dipertanyakan (Mahanani & Kartika, 2022). Semakin baik kinerja perusahaan, semakin tinggi tingkat likuiditasnya dalam konteks ini. Dengan tingkat likuiditas yang baik, investor bisa merasa yakin bahwasanya investasi yang mereka lakukan sudah tepat. Menurut teori sinyal, likuiditas mencerminkan seberapa banyak dana yang dimiliki perusahaan untuk melunasi seluruh kewajiban yang sebentar lagi akan jatuh tempo. Semakin besar likuiditas perusahaan, semakin banyak aset lancar yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan operasionalnya. Oleh sebab itu, semakin baik likuiditas perusahaan, semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban hutang yang segera jatuh tempo. Kondisi ini membuat perusahaan tersebut mendapatkan pandangan positif dari investor, sehingga banyak investor tertarik untuk membeli sahamnya dan nilai perusahaan pun meningkat (Iman et al., 2023). Informasi ini sangat krusial karena bisa mempengaruhi keputusan investasi para pihak eksternal, seperti investor dan pelaku bisnis (Kuntari & Machmuddah, 2022). Semakin tinggi tingkat likuiditas, semakin baik pula kondisi perusahaan karena ada kemungkinan besar bahwasanya perusahaan itu bisa memenuhi kewajibannya tepat waktu (Kamsari & Setijaningsih, 2020). Sesuai temuan dari penelitian Harfani & Nurdiansyah (2021), Nurhayati et al. (2019), Rossa et al. (2023), Mahanani & Kartika (2022) dan Barokah et al. (2020) menyimpulkan bahwasanya likuiditas mempunyai dampak yang positif bagi nilai perusahaan, oleh sebab itu hipotesis awal dari penelitian ini, yaitu:

H2: Likuiditas memengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage pada nilai perusahaan

Leverage adalah jumlah utang yang digunakan suatu perusahaan untuk mendukung finansial operasinya. Hutang yang berlebihan meningkatkan risiko perusahaan karena mengkategorikannya sebagai hutang yang ekstrem (Syahrani et al., 2023). Dengan demikian, perusahaan yang mempunyai angka leverage rendah biasanya mempunyai potensi masalah keuangan yang lebih kecil (Kuntari & Machmuddah, 2022). Semakin tinggi leverage, akan semakin besar juga potensi kerugian yang dihadapi, yang bisa mengakibatkan penurunan nilai perusahaan. Dalam teori sinyal (*signaling theory*), tingkat leverage yang tinggi bisa berfungsi sebagai sinyal bagi kreditur dalam memberikan pinjaman. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwasanya semakin besar utang yang dimiliki perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan itu mengalami kesulitan atau ketidakmampuan dalam melunasi utang-utang saat jatuh tempo (Rachmawati & Retnani, 2020). Hal ini bisa memengaruhi tingkat kepercayaan investor pada perusahaan dan berdampak pada nilai perusahaan secara keseluruhan (Putra & Wahyuni, 2021). Sesuai hasil penelitian Susesti & Wahyuningtyas (2022), Roy & Bandopadhyay (2022), Thamrin & Jasriana (2022) dan Tandrio & Handoyo (2023) bahwasanya leverage berdampak negatif pada nilai perusahaan. Mengacu pada teori dan temuan-temuan dari penelitian ini, yang mengindikasikan bahwasanya leverage mempunyai pengaruh pada angka suatu perusahaan, maka hipotesis awal dari penelitian ini, yaitu:

H3: Leverage memengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh *Agency cost* pada nilai perusahaan

Dana yang disalurkan oleh prinsipal untuk agen supaya bisa mengelola perusahaan sesuai dengan keinginan pemilik dikenal sebagai *agency cost* (Adityamurti & Ghozali, 2017). *Agency cost* timbul ketika terjadi perbedaan (divergensi) kepentingan antara agen dan prinsipal. Agen cenderung mempertahankan biaya yang tidak efisien atau tidak perlu, daripada mengurangnya ke tingkat yang lebih optimal (Zhang, 2016). Menurut Jensen & Meckling (1976), prinsipal bisa membatasi divergensi dari kepentingannya Dengan mengalokasikan biaya pengawasan (*monitoring*) yang ditujukan untuk membatasi tindakan menyimpang dari agen, salah satunya berupa biaya audit (*fee audit*). Dalam teori sinyal, perusahaan memberikan sinyal berupa *fee audit* yang dilaporkan pada laporan tahunan mereka. *Agency cost* yang berupa biaya monitoring, seperti *fee audit*, berfungsi sebagai wujud pengawasan kepada agen. Hal ini akan membuat rasa aman dan meningkatkan kepercayaan prinsipal dalam berinvestasi di perusahaan itu. Dengan meningkatnya kepercayaan, minat untuk berinvestasi di perusahaan juga akan bertambah, yang pada gilirannya bisa memberikan dampak positif pada peningkatan nilai perusahaan (Retnoningrum & Retnani, 2023). Semakin besar *agency cost* (*fee audit*) yang dikeluarkan perusahaan untuk memantau dan mengendalikan kinerja manajer agar sesuai dengan kontrak yang sudah disepakati, maka nilai perusahaan akan meningkat karena adanya pengelolaan yang lebih baik dan transparansi yang lebih tinggi. Hal itu selaras di penelitian dari Retnoningrum & Retnani (2023) yang menyimpulkan *agency cost* tinggi memberikan dampak positif kepada nilai perusahaan. Didasari pada teori dan temuan-temuan dari penelitian ini, yang mengindikasikan bahwasanya *agency cost* memberikan pengaruh kepada nilai perusahaan, maka hipotesis awal dari penelitian ini, yaitu:

H4: *Agency cost* memengaruhi nilai perusahaan

3. METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi terdiri dari sub sektor minyak bumi, gas, dan batubara yang terdaftar di pasar saham Indonesia (BEI) selama periode tahun 2019 - 2023, dengan total populasi 81 perusahaan. Metode *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel di penelitian ini. Penelitian mencakup populasi sebanyak 81 perusahaan dan dilakukan selama periode 5 (lima) tahun. Di penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan sesuai kriteria yang sudah ditentukan sebagai berikut:

1. Perusahaan sub sektor minyak bumi, gas dan batubara yang terdaftar tahun 2019 hingga 2023.
2. Perusahaan di sub sektor yang menampilkan Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan tahun 2019 hingga 2023.
3. Perusahaan di sub sektor minyak bumi, gas, dan batubara yang menampilkan keseluruhan variabel untuk diteliti tahun 2019 hingga 2023.
4. Perusahaan yang menghasilkan laba tahun 2019 hingga 2023.

Sumber dan Jenis Data

Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan perusahaan subsektor minyak bumi, gas dan batubara yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi www.idx.co.id untuk periode 2019 hingga 2023, serta dari berbagai artikel, buku dan penelitian terdahulu yang diambil dari berbagai sumber.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui metode pendekatan kajian literatur dan pengumpulan dokumentasi. Kajian literatur dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber yang relevan, seperti buku dan jurnal. Sedangkan metode dokumentasi mencakup pengumpulan data sekunder yang diambil dari situs resmi BEI, termasuk laporan tahunan dan laporan keuangan yang dijadikan sampel penelitian.

Variabel dan Indikator

Tabel 1. Variabel dan Alat Ukur

Variabel	Definisi	Ukuran	Skala	Sumber
Profitabilitas	Kemampuan perusahaan untuk mencetak keuntungan. Rasio ini menilai seberapa efektif perusahaan menghasilkan laba bersih dari total asset yang dimilikinya.	$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio	(Abas & Damayanti, 2023)

Likuiditas	Kemampuan perusahaan untuk melunasi utang jangka pendeknya yang memperlihatkan efektifitas perusahaan dalam memakai aset lancar yang tersedia untuk membayar kewajiban jangka pendeknya.	$CR = \frac{Aktiva\ Lancar}{Hutang\ Lancar} \times 100\%$	Rasio	(Abas & Damayanti, 2023)
Leverage	Menilai tingkat pendanaan aset perusahaan yang berasal dari utang. Rasio ini menunjukkan besarnya modal sendiri yang digunakan sebagai jaminan utang bagi para kreditur.	$DER = \frac{Total\ Utang}{Ekuitas} \times 100\%$	Rasio	(Kurniadiantoyo, 2022; Syahrani et al., 2023)
Agency cost	Biaya yang dikeluarkan untuk mengurangi atau mencegah konflik keagenan.	$FA = Ln\ FeeAudit$	Rasio	(Retnoningrum & Retnani, 2023)
Nilai Perusahaan	Harga saham perusahaan di pasar modal mencerminkan bagaimana masyarakat menilai kinerja perusahaan tersebut.	$PBV = \frac{Harga\ saham}{Nilai\ Buku\ Saham}$	Rasio	(Widhi et al., 2025)

Teknik Pengolahan Data

Data diolah menggunakan SPSS versi 26.0. Metode analisis dalam penelitian ini meliputi Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Berganda, serta Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Multikolinearitas, Autokorelasi, dan Heteroskedastisitas. Selain itu, dilakukan juga Uji Hipotesis, mencakup Uji t, Signifikansi Regresi Berganda (F), dan perhitungan Koefisien Determinasi (R^2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel

Tabel 2. Kriteria Sampel

Kriteria Sampel	Periode Penelitian					Jumlah
	2019	2020	2021	2022	2023	
Perusahaan subsector minyak bumi, gas dan Batubara di BEI 2019 hingga 2023	81	81	81	81	81	405
Perusahaan subsector minyak bumi, gas dan Batubara yang tidak tercatat dan beroperasi di BEI 2019 hingga 2023	(19)	(16)	(11)	(8)	(0)	(54)
Perusahaan subsector minyak bumi, gas dan batubara yang tidak menampilkan laporan keuangan dan tahunan 2019 - 2023	(6)	(4)	(3)	(2)	(5)	(20)
Perusahaan subsector minyak bumi, gas dan batubara yang tidak menampilkan data penelitian lengkap 2019 - 2023	(18)	(18)	(17)	(16)	(11)	(80)
Perusahaan subsector minyak bumi, gas dan batubara yang mengalami kerugian 2019 - 2023	(8)	(16)	(12)	(10)	(10)	(56)
Total sampel	30	27	38	45	55	195

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3. Statistik Deskriptif Sebelum Outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	195	,0009	81,1093	2,636274	7,2034161
Profitabilitas	195	,0002	,6163	,104906	,1283180
Likuiditas	195	,0000	16,5110	2,189403	2,22915953
Leverage	195	,0000	10,7907	1,142191	1,3176093

<i>Agency Cost</i>	195	18,6425	25,7984	20,770522	1,1995249
Valid N (listwise)	195				

Sesuai informasi yang ada dalam Tabel 3, standar deviasi pada variabel Y, X1, X2 dan X3 lebih besar dari nilai rata-rata yang menunjukkan jika data memiliki fluktuasi tinggi dan penyebaran yang luas, menunjukkan kemungkinan terdapat nilai ekstrim (*outlier*). Sedangkan variabel X4 menunjukkan bahwa data lebih stabil di sekitar nilai rata-rata sehingga data sudah direpresentasikan dengan baik. *Outlier* merupakan data yang mempunyai sifat sangat berbeda dibandingkan dengan pengamatan lainnya dan muncul sebagai angka ekstrem, baik pada variabel tunggal maupun pada kombinasi beberapa variabel. Pendeteksian *outlier* dilakukan dengan mengamati nilai Zscore dari *skewness* dan kurtosis dengan batas 1,96 pada tingkat signifikansi 0,05, dan jika diluar itu perlu dilakukan pembuangan data. Kehadiran data *outlier* bisa membuat rata-rata sampel menjadi tidak akurat, memengaruhi hasil estimasi regresi linear berganda, dan bahkan bisa menyebabkan hipotesis alternatif ditolak. Oleh sebab itu, data ekstrem perlu dihilangkan agar analisis data tetap valid dan tidak bias. Beberapa penyebab kemunculan data *outlier* meliputi: (1) kesalahan saat memasukkan data, (2) kegagalan dalam mendeteksi angka yang hilang oleh program komputer, (3) *outlier* yang tidak termasuk dalam populasi sampel, serta (4) *outlier* yang berasal dari populasi sampel, namun distribusi variabel dalam populasi itu mempunyai angka ekstrem dan tidak mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2018). Sehingga dari hasil *outlier* data berkurang dari 195 menjadi 153. Setelah dilakukan *outlier* pada data maka selanjutnya dilakukan pengujian analisis linear berganda.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Setelah Outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	153	,2113	5,9447	1,305087	1,1756433
Profitabilitas	153	,0043	,3406	,081319	,0729080
Likuiditas	153	,2037	16,5110	2,284563	2,4800841
Leverage	153	,0288	5,8766	1,089451	1,0831315
<i>Agency Cost</i>	153	18,6438	23,1998	20,701150	1,0763393
Valid N (listwise)	153				

Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Kriteria	Hasil	Kesimpulan
Normalitas	Sig KS > 0,05	Sig. 0,200 > 0,05	Data normal
Autokorelasi	Run Test > 0,05	0,465 > 0,05	Bebas autokorelasi
Multikolinearitas	Tolerance > 0,10 dan VIF < 10	- ROA → Tol 0,845 VIF 1,184 - CR → Tol 0,762 VIF 1,312 - DER → Tol 0,639 VIF 1,565 - FA → Tol 0,876 VIF 1,142	Bebas multikolinearitas
Heterokedastisitas	Uji white <i>chi square</i> hitung < <i>chi square</i> tabel	<i>Chi square</i> hitung (20,655) < <i>Chi square</i> tabel (177,389750)	Bebas heterokedastisitas

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Nilai probabilitas (p-value) yang didapat dari hasil pengujian adalah 0,200, dimana berarti lebih besar dari tingkat signifikansi 5% (0,05). Dengan demikian data dianggap sudah berdistribusi dengan normal.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menilai adakah korelasi antara variabel independen dalam model prediksi seiring berjalannya waktu (Purba et al., 2021). Hasil pengujian autokorelasi memakai uji *run test* menerangkan bahwasanya angka Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu $0,465 > 0,05$ (5%). Dengan demikian, semua model regresi di penelitian ini tidak mengalami autokorelasi atau data residual bersifat acak.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilaksanakan untuk mengetahui adakah korelasi antar variabel independen dalam analisis regresi ini. Pengujian dilakukan dengan melihat *Tolerance* dan VIF yang menunjukkan bahwasanya variabel independen seharusnya tidak mengalami masalah multikolinearitas (Vikaliana et al., 2022). Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya angka *Tolerance* (t) untuk Profitabilitas yaitu 0,845, Likuiditas 0,762, Leverage 0,639, dan *Agency cost* 0,876, semuanya lebih tinggi dari batas minimal 0,1. Sedangkan angka VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk Profitabilitas besarnya 1,184, Likuiditas 1,312, Leverage 1,565, dan *Agency cost* 1,142, yang semuanya berada di bawah batas maksimal 10. Kondisi ini menerangkan bahwasanya tidak ada indikasi terjadinya multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilaksanakan untuk mengetahui adakah varians dari residual yang berbeda antar pengamatan yang satu dengan yang lain. Model regresi yang dianggap memenuhi syarat yaitu model yang menerangkan varians residual yang konstan di seluruh pengamatan (Vikaliana et al., 2022). Sesuai hasil pengujian pada tabel 4 menggunakan uji *white*, chi square hitung yaitu $N \times R^2$ yaitu 20,655 dan chi square tabel besarnya 177,389750 ($df = 148$, $\alpha = 0,05$), ($20,655 < 177,389750$) maka dikatakan tidak ada gejala heterokedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Uji Model dan Hipotesis

Uji Model	Hasil	Kesimpulan
Uji F	Sig. 0,000 < 0,05	Model sesuai atau fit
Adjusted R Square	0,111	Variabel bebas menjelaskan sebesar 11,1% pengaruh ke variabel terikat
Uji Hipotesis		
ROA → PBV	Sig. 0,000 < 0,05	H1 diterima
CR → PBV	Sig. 0,108 > 0,05	H2 ditolak
DER → PBV	Sig. 0,056 > 0,05	H3 ditolak
FA → PBV	Sig. 0,238 > 0,05	H4 ditolak

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

uji koefisien determinasi (adjusted R square) bertujuan untuk melihat besar persentase kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Purba et al., 2021). Angka R² besarnya 0,367, R Square 0,135 dan angka Adjusted R Square 0,111, menerangkan bahwasanya sekumpulan variabel bebas bisa menjelaskan secara lemah variabel terikat artinya secara keseluruhan, sekumpulan variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan pada variabel terikat, meskipun pengaruhnya tidak kuat. Ini menerangkan bahwasanya meskipun ada hubungan antara variabel-variabel itu, masih banyak faktor lain yang memengaruhi angka variabel terikat. Besar pengaruh 11,1%, dan sisanya $100\% - 11,1\% = 88,9\%$ diterangkan dari variabel diluar model.

Uji F (Uji Kelayakan Model)

Uji F dijalankan untuk menguji dampak gabungan dari variabel bebas pada variabel terikat. Apabila hasil uji memperlihatkan angka signifikansi di bawah 0,05, maka bisa disimpulkan bahwasanya variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan pada variabel dependen (Purba et al., 2021). Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 (5%), yang menerangkan bahwasanya variabel independen secara simultan berpengaruh pada variabel dependen. Hasil uji angka signifikansi Fhitung menerangkan angka 5,765 dan p-value $0,000 < 0,05$, maka model regresi bisa dianggap sesuai atau fit.

Uji t (Uji Signifikansi Secara Parsial)

Uji t dijalankan untuk menilai dampak setiap variabel bebas secara terpisah pada variabel terikat. Apabila hasil uji memperlihatkan angka signifikansi (p-value) kurang dari 0,05, maka bisa disimpulkan bahwasanya variabel bebas itu memiliki pengaruh parsial signifikan pada variabel terikat (Purba et al., 2021).

Hipotesis pertama di penelitian ini mengasumsikan bahwasanya profitabilitas, yang diukur melalui *Return on asset* (ROA), berpengaruh pada angka perusahaan. Sesuai hasil analisis pada Tabel, angka thitung besarnya 4,348 dengan tingkat signifikansi 0,000, lebih kecil dari batas signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwasanya profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan pada nilai perusahaan dan H1 diterima.

Hipotesis kedua di penelitian ini mengemukakan bahwasanya likuiditas, dengan proksi *Current ratio* (CR), berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil analisis yang tercantum pada Tabel memperlihatkan angka thitung besarnya 1,615 dengan tingkat signifikansi 0,108, yang melebihi batas signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Oleh sebab itu, bisa disimpulkan bahwasanya likuiditas tidak mempunyai pengaruh signifikan pada nilai perusahaan dan H2 ditolak.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwasanya leverage, yang diukur melalui *Debt to Equity Ratio* (DER), tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Hasil analisis yang tercantum dalam Tabel memperlihatkan angka thitung besarnya 1,930 dengan tingkat signifikansi 0,056, yang lebih tinggi dari batas signifikansi yang ditentukan ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwasanya leverage secara signifikan tidak memengaruhi nilai perusahaan, sehingga hipotesis H3 ditolak.

Hipotesis terakhir dalam studi ini menyatakan bahwasanya *agency cost*, yang diukur menggunakan *FeeAudit*, tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan. Sesuai hasil analisis yang tercantum dalam Tabel, diperoleh angka thitung besarnya -1,185 dengan tingkat signifikansi 0,238 yang melebihi batas signifikansi yang sudah ditentukan. ($\alpha = 0,05$). Oleh sebab itu, bisa disimpulkan bahwasanya *agency cost* tidak mempunyai pengaruh signifikan pada nilai perusahaan dan H4 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas pada nilai perusahaan

Sesuai output pada pengujian diatas, terbukti jika profitabilitas tidak memiliki dampak signifikan kepada nilai perusahaan. Sesuai hasil analisis regresi, profitabilitas terbukti memberikan dampak positif pada nilai perusahaan, dengan koefisien besarnya 0,272. Artinya, jika profitabilitas meningkat otomatis nilai perusahaan akan mengalami kenaikan. Hal ini mengindikasikan bahwasanya perusahaan bisa menghasilkan laba yang efisien sehingga meningkatkan permintaan saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam teori sinyal, perusahaan mempunyai peran penting dalam menyampaikan informasi tentang profitabilitas kepada pihak luar yang menjadi pertanda positif bagi para investor bahwasanya perusahaan mampu memberikan pengembalian investasi yang menguntungkan. Teori sinyal menggambarkan bagaimana manajemen perusahaan berusaha memberikan informasi yang jelas dan konsisten kepada para investor, yang sangat berkaitan dengan tingkat profitabilitas. Dengan demikian, profitabilitas tinggi mendorong permintaan saham dan nilai perusahaan. Tingginya profitabilitas pada perusahaan akan menarik minat investor untuk membeli sahamnya, yang pada gilirannya akan menaikkan nilai perusahaan. Penelitian ini diperkuat oleh Harfani & Nurdiansyah (2021), Hotang (2021), Syahrani et al. (2023) dan Apriantini et al. (2022) yang menyatakan bahwasanya profitabilitas berperan dalam menentukan angka suatu perusahaan.

Pengaruh Likuiditas pada nilai perusahaan

Sesuai output pada pengujian diatas, terbukti jika likuiditas tidak memiliki dampak signifikan kepada nilai perusahaan. Pada hasil pengujian juga menyebutkan bahwa likuiditas memperoleh koefisien positif sebesar 0,148 yang menunjukkan adanya kaitan positif diantara likuiditas terhadap nilai perusahaan yang berarti perusahaan sanggup membayar kewajiban jangka pendeknya sehingga nilai perusahaan meningkat. Namun, pada pengujian yang dilakukan, likuiditas tidak terbukti sebagai faktor yang mampu merubah nilai dari nilai perusahaan. Ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa tingkat likuiditas yang semakin tinggi berfungsi sebagai sinyal kepada investor jika terdapat dana yang tidak dimanfaatkan secara produktif untuk meningkatkan laba. Rasio likuiditas dianggap kurang relevan bagi investor, sebab mereka lebih fokus pada rasio jangka panjang yang berkaitan dengan potensi pengembalian investasi. Dengan demikian, meskipun likuiditas mencerminkan kesehatan keuangan jangka pendek, pengaruhnya terhadap nilai perusahaan pada konteks ini ternyata tidak signifikan. Penelitian ini diperkuat oleh Apriantini et al (2022) dan Hotang (2021) yang menyatakan bahwasanya likuiditas tidak mempunyai dampak yang signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage pada nilai perusahaan

Berkaitan dengan hasil pada pengujian diatas, terbukti jika leverage tidak memiliki dampak signifikan kepada nilai perusahaan. Pada hasil pengujian juga menyebutkan bahwa leverage memperoleh koefisien positif sebesar 0,133 yang menunjukkan adanya hubungan positif antara leverage dengan nilai perusahaan yang

berarti utang (pinjaman) perusahaan digunakan secara produktif sehingga menaikkan nilai perusahaan. Namun, pada pengujian yang dilakukan, leverage tidak terbukti sebagai faktor yang mampu merubah nilai dari nilai perusahaan, artinya peningkatan leverage tidak menyebabkan berubahnya nilai perusahaan. Ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa tingkat leverage yang tinggi juga dapat berfungsi sebagai sinyal risiko bagi investor dan pemberi pinjaman, yang menunjukkan kemungkinan perusahaan akan menghadapi masalah keuangan di masa depan. Semakin tinggi tingkat leverage, semakin besar risiko gagal bayar dan tekanan keuangan yang dihadapi perusahaan, sehingga sinyal yang dikirimkan kepada pasar cenderung negatif. Oleh karena itu, meskipun leverage menunjukkan penggunaan utang sebagai sumber pembiayaan, tingkat leverage yang tinggi tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan. Ini karena potensi risiko yang melekat dapat membuat investor dan pemberi pinjaman tidak percaya pada perusahaan. Penelitian ini didukung oleh Maharani (2021) yang menyatakan leverage tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh *Agency cost* pada nilai perusahaan

Berkaitan dengan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwasanya *agency cost* tidak memengaruhi terhadap naik turunnya nilai perusahaan. Pada hasil pengujian juga menyebutkan bahwa *agency cost* memperoleh koefisien negatif sebesar -0,030 yang menunjukkan adanya hubungan negatif antara *agency cost* dengan nilai perusahaan. *Agency cost* (biaya audit) semakin menurun, perusahaan akan memiliki banyak dana untuk meningkatkan laba, mendorong investasi lebih besar dan harga saham akan naik yang juga menaikkan nilai perusahaan. Namun nyatanya pada pengujian yang dilakukan, *agency cost* tidak terbukti sebagai faktor yang mampu merubah nilai dari nilai perusahaan. Dalam konteks teori sinyal, perusahaan memberikan sinyal berupa biaya audit yang dilaporkan dalam laporan tahunan mereka. Meskipun *agency cost* yang dikeluarkan meningkat, hal itu tidak menyebabkan pengaruh signifikan pada peningkatan nilai perusahaan. Hal tersebut mungkin disebabkan oleh fakta bahwasanya kualitas audit laporan keuangan tidak selalu mencerminkan angka pasar saham yang tinggi pada perusahaan-perusahaan yang diaudit oleh auditor eksternal. Penelitian ini didukung oleh Nurmalasari & Maradesa (2021) yang menyatakan *agency cost* tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

5. PENUTUP

Sesuai hasil pengujian data yang telah dilakukan, bisa disimpulkan bahwasanya profitabilitas dan leverage mempunyai peran yang signifikan dalam menentukan nilai perusahaan. Tingginya profitabilitas pada perusahaan akan membuat investor tertarik untuk membeli sahamnya dan nantinya akan menaikkan nilai perusahaan. Sementara itu, likuiditas, leverage dan *agency cost* tidak menerangkan pengaruh yang signifikan. Investor cenderung mengabaikan rasio likuiditas dan lebih memprioritaskan rasio jangka panjang serta keterampilan perusahaan dalam mendatangkan keuntungan (laba) sebagai indikator potensi pengembalian investasi. Leverage mencerminkan risiko gagal bayar dan tekanan keuangan yang dihadapi perusahaan, sehingga sinyal yang dikirimkan kepada pasar cenderung negatif. Begitu pula dengan *agency cost*, tingginya biaya audit yang disajikan dalam laporan tahunan tidak selalu mencerminkan angka pasar saham sehingga tidak menerangkan pengaruh yang signifikan ke nilai perusahaan.

Mengingat keterbatasan di penelitian ini, di mana variabel independen hanya bisa menerangkan 11,1% pengaruh dari variabel dependen, maka disarankan agar peneliti mempertimbangkan penambahan variabel independen lain, seperti *return* saham, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan variabel lainnya. Hasil koefisien determinasi yang masih menerangkan pengaruh yang lemah dari rasio keuangan pada nilai perusahaan mengindikasikan bahwasanya ada rasio keuangan atau indikator lain yang tidak termasuk di penelitian ini yang mungkin mempunyai dampak pada nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, F., & Damayanti, D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 2(02), 141–151. <https://doi.org/10.34152/emba.v2i02.813>
- Adityamurti, E., & Ghozali, I. (2017). Pengaruh Penghindaran Pajak dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(2010), 1–12.
- Apriantini, N. M., Widhiastuti, N. L. P., & Novitasari, N. L. G. (2022). Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Inovasi*, 18(2), 294–304. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i2.10617>

- Assyifa, A. D. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Barokah, S., Ramlah, S., Pratama, W. C. T., Cahyani, R. N., & Purwanti, A. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas, Dan Transportasi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2, 8.
- Fole, Y., & Rahmawati, M. I. (2023). *Pengaruh Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan*. 1.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th Editio). Badan Penerbit UNDIP.
- Harfani, A. N., & Nurdiansyah, D. H. (2021). the Influence of Liquidity, Solvency, and Profitability on Company Value. *Costing : Journal of Economics , Business and Accounting*, 5 Nomor 1, 497–505.
- Hasti, W. W., Maryani, M., & Makshun, A. (2022). Pengaruh Leverage, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Pertambangan. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(2), 139–150. <https://doi.org/10.35912/rambis.v2i2.1544>
- Hotang, K. B. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Di Sektor Perbankan. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 185–202.
- Iman, C., Sari, F. N., & Pujiati, N. (2023). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 56–66. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2276>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *The Corporate Financiers*, 3, 305–360. <https://doi.org/10.1057/9781137341280.0038>
- Juana, veren E., & Jonnardi. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage , dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, V(2), 976–984.
- Kamsari, A., & Setijaningsih, H. T. (2020). Pengaruh Likuiditas, Efisiensi Modal Kerja, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(2), 603. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7625>
- Kuntari, S. E., & Machmuddah, Z. (2022). Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Leverage Terhadap Financial Distress Dengan Rasio Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Dinamika Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 10(2), 145–155. <https://doi.org/10.35315/dakp.v10i2.8880>
- Kurnia, J., & Rivandi, M. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 213–223. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v2i1.1315>
- Kurniantoyo, G. M. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Retail Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(10), 1–15.
- Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1(3), 295–312. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3.5509>
- Laela, S., & Prayitmi, R. E. A. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2017-2020. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 9(2), 57–69. <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i2.468>
- Lestari, & Afkar, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Sains, Sosial Dan Humaniora (Jssh)*, 2(1), 31–42. <https://doi.org/10.52046/jssh.v2i2.1136>
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 360–372. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2280>
- Maharani, I. A. D. P. (2021). Pengaruh Rasio Profitabilitas, Leverage dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Sektor Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Widya Manajemen*, 3(1), 27–38. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v3i1.1101>
- Mawardani, R. K., Baidlowi, I., Nugroho, T. R., & Ainiyah, N. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi

Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022). *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 01–15. <https://doi.org/10.61132/rimba.v1i3.76>

- Mery, K. (2017). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014. *JOM Fekon*, 4(1), 2000–2014.
- Muharramah, R., & Mohammad, H. Z. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 5(1), 94. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v5i1.3618>
- Nandita, A., & Kusumawati, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Size, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *CAM JOURNAL : Change Agent For Management Journal*, 2(2), 188–199.
- Ningsih, A. S., Sugiono, & Purnomo, H. (2024). Pengaruh ROE, CR Dan DER Terhadap PBV Pada Perusahaan Subsektor Migas Dan Batu Bara Di BEI. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 778–790. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4749>
- Nurhayati, Ifa, K., & Paramita, R. W. D. (2019). Pengaruh Return On Equity (ROE), Current Ratio (CR) dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman) Periode 2015-2017. *Journal of Accounting , STIE Widyagama Lumajang*, 2(2), 38–41.
- Nurjannah, S. T., & Machmuddah, Z. (2024). Ukuran Perusahaan Memoderasi Current Ratio (Cr) Dan Return on Assets (Roa) Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1), 57. <https://doi.org/10.36080/jak.v13i1.2670>
- Nurmalasari, P., & Maradesa, D. (2021). Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 16(4), 355–365. www.cnnindonesia.com,
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Putra, S. A., & Wahyuni, D. U. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Semen Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 8, 1–18.
- Rachmawati, L., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Financial Distress. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(3), 1–17.
- Retnoningrum, I., & Retnani, E. D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Agency Cost terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(3), 1–14.
- Rossa, P. A. E., Susandya, A. A. P. G. B. A., & Suryandari, N. N. A. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Perbankan di BEI 2019-2021. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 5(1), 88–99.
- Roy, K., & Bandopadhyay, K. (2022). Financial risk and firm value: is there any trade-off in the Indian context? *Rajagiri Management Journal*, 16(3), 226–238. <https://doi.org/10.1108/ramj-03-2021-0021>
- Santi, K. K., & Sudarsi, S. (2024). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022). *Jesya*, 7(1), 146–158. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1347>
- Sarmin, R. D. D., Hasnawati, S., & Faisol, A. (2021). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 71–88. <https://doi.org/10.23960/jbm.v17i3.305>
- Setiawati, S. (2024). *Lengkap! Ini Daftar Penguasa 11 Sektor Bursa Saham RI*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240105135611-128-503069/lengkap-ini-daftar-penguasa-11-sektor-bursa-saham-ri>
- Shabrina, A. R. (2017). Pengaruh Free Cash Flow dan Leverage Terhadap Agency Cost (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2015-2017). *Jurnal Akuntansi*, 11.
- Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode

- 2018-2020. *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36–49. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2821>
- Syahrani, K. M., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2023). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Risk Profile dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 1(1), 32–44. <https://doi.org/10.36733/jia.v1i1.6884>
- Tandrio, G., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Dan Kebijakan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(01), 20–27.
- Thamrin, M., & Jasriana, N. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Penerapan Manajemen Risiko Enterprise Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bidang Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *Jurnal Daya Saing*, 8(1), 47–55. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i1.748>
- Vikaliana, R., Pujianto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). Ragam Penelitian dengan SPSS. In *Tahta Media Group*.
- Wardani, D. K., & Susilowati, W. T. (2020). Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2289>
- Widhi, B. A. N., Subagyo, H., & Hernawati, R. I. (2025). *Financial Performance As Mediator Between Size , Liquidity , And Ownership On Firm Value*. 9, 322–334.
- Zhang, Y. (2016). The Stickiness of SG&A Costs, Agency Problems and Competition Intensity. *Erasmus School of Economics*, 1–37. <https://thesis.eur.nl/pub/33799/>