

SKRIPSI
PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA SEKTOR *CONSUMER NON-*
***CYCLICAL* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK**
INDONESIA PERIODE 2020-2023



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : CATHERINE CARISSA TANAYA

NIM : 125210066

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2024

Pernyataan

Nama : CATHERINE CARISSA TANAYA
NIM : 125210066
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA
SEKTOR CONSUMER NON-CYCLICAL YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE
2020-2023

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri di bawah bimbingan Tim Pembimbing dan bukan hasil plagiasi dan/atau kegiatan curang lainnya.

Jika saya melanggar pernyataan ini, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Tarumanagara.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28-November-2024
Yang menyatakan



CATHERINE CARISSA TANAYA
NIM. 125210066

Persetujuan

Nama : CATHERINE CARISSA TANAYA
NIM : 125210066
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN
PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA
SEKTOR CONSUMER NON-CYCLICAL YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE
2020-2023

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 28-November-2024

Pembimbing:
HENNY WIRIANATA, S.E., MSi., Ak., CA.
NIK/NIP: 10101020



Pengesahan

Nama : CATHERINE CARISSA TANAYA
NIM : 125210066
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul Skripsi : PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA SEKTOR CONSUMER NON-CYCLICAL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2023
Title : THE EFFECT OF PROFITABILITY AND LEVERAGE ON FIRM VALUE WITH COMPANY SIZE AS A MODERATING VARIABLE IN THE CONSUMER NON-CYCLICAL SECTOR LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE FOR THE PERIOD 2020-2023.

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi AKUNTANSI BISNIS Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tarumanagara pada tanggal 08-Januari-2025.

Tim Penguji:

1. ELIZABETH SUGIARTO D., S.E., MSi., Ak., CA.
2. HENNY WIRIANATA, S.E., MSi., Ak., CA.
3. LUKMAN SURJADI, Drs., M.M.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:

HENNY WIRIANATA, S.E., MSi., Ak., CA.
NIK/NIP: 10101020



Jakarta, 08-Januari-2025

Ketua Program Studi



HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA, CA,CPA (Aust.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICAL* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2023

ABSTRAK

Tujuan utama perusahaan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham erat kaitannya dengan peningkatan nilai pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas (ROE) dan *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV), dengan mempertimbangkan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020-2023. Metode *purposive sampling* dipilih untuk menentukan 33 perusahaan, menghasilkan 132 sampel dalam penelitian ini. Data dianalisis menggunakan metode regresi data panel dan analisis regresi moderasi, dengan EViews 12 sebagai alat pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan, tetapi justru memperlemah hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, besarnya perusahaan dapat menekan dampak *leverage* terhadap nilai perusahaan, menunjukkan adanya sinyal yang diberikan pada investor.

Kata Kunci: *Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan*

ABSTRACT

The company's main objective in maximizing shareholder wealth is closely related to increasing market value. This study aims to analyze the effect of profitability (ROE) and leverage (DER) on firm value (PBV), considering company size as a moderating variable. This research was conducted on non-cyclical consumer companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the period 2020-2023. The purposive sampling method was chosen to determine 33 companies, resulting in 132 samples in this study. The data were analyzed using the panel data regression method and moderation regression analysis, with EViews 12 as a data processing tool. The results show that profitability and leverage show a positive and significant influence on firm value. In addition, firm size does not moderate the relationship between profitability and firm value, but instead weakens the relationship between leverage and firm value. Therefore, firm size can suppress the impact of leverage on firm value, indicating a signal given to investors.

Keywords: Profitability, Leverage, Firm Size, Firm Value

HALAMAN MOTTO

"Pandanglah burung-burung di langit, yang tidak menabur dan tidak menuai dan tidak mengumpulkan bekal dalam lumbung, namun diberi makan oleh Bapamu yang di sorga. Bukankah kamu jauh melebihi burung-burung itu?"

-Matius 6:26

"Tetapi carilah dahulu Kerajaan Allah dan kebenarannya, maka semuanya itu akan ditambahkan kepadamu."

-Matius 6:33

"Know yourself and make your own history"

-Jackson Wang

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:
Papa, mama, koko, cece, kong, dan ama, serta
teman-teman yang saya kasihi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, hikmat, dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk mencapai gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Penulis ini mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut membantu dan menyemangati sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
2. Bapak Dr. Hendro Lukman, S.E., M.M., Akt., CPMA, CA, CPA (Aust.), CSRS., ACPA. selaku Kepala Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Tarumanagara.
3. Ibu Elsa Imelda, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Sekretaris I Program Sarjana Akuntansi Universitas Tarumanagara.
4. Ibu Henny Wirianata, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., selaku Sekretaris II Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Tarumanagara dan Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam mengarahkan serta membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf yang telah mendidik, memberikan banyak ilmu, serta membantu penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Keluarga, papa dan mama, koko, dan cece yang senantiasa mendukung dalam seluruh masa perkuliahan penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman-teman penulis dalam tim lomba, asisten mahasiswa, dan juga sahabat, yaitu Ophilia, Yola, Esperansya, dan Edbert telah bersama-sama dengan penulis melewati setiap perlombaan, perkuliahan, hingga menyelesaikan skripsi ini atas dukungan dan bantuan yang diberikan.
8. Teman-teman penulis selama masa perkuliahan yaitu Felicia, Christy, Callista, Coroline, Lusi, Firliane, Felix, dan Willsen yang telah memberikan dukungan dan kenangan selama masa perkuliahan penulis.

9. Teman-teman tim lomba dan asisten mahasiswa lainnya yang penulis tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah bersama-sama dengan penulis melewati setiap perlombaan dan *partner* mengajar atas dukungan dan bantuan yang diberikan.
10. Teman-teman dari DPM FEB Universitas Tarumanagara, terkhususnya Komisi *Budgeting and Controlling* sebagai wadah penulis dapat berkembang dan bertumbuh selama menjadi anggota.
11. Seluruh pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang turut membantu dan mendukung penulis dari awal perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah sempurna yang masih memiliki banyak kekurangan dalam penelitian. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari seluruh pihak sangat penulis harapkan. Demikian penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca.

Jakarta, 30 November 2024

Penulis,



Catherine Carissa Tanaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	I
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	III
ABSTRAK.....	IV
HALAMAN MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
B. TUJUAN DAN MANFAAT.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	15
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	17
C. KAITAN ANTARA VARIABEL-VARIABEL	22
D. HASIL PENELITIAN TERDAHULU.....	26
E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. DESAIN PENELITIAN.....	34
B. POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL DAN UKURAN SAMPEL	
34	
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN.....	36
D. ANALISIS DATA	37
E. ASUMSI ANALISIS DATA	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45

A. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN.....	45
B. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	47
C. HASIL UJI ASUMSI ANALISIS DATA.....	47
D. HASIL ANALISIS DATA.....	49
E. PEMBAHASAN.....	58
BAB V PENUTUP	63
A. KESIMPULAN.....	63
B. KETERBATASAN DAN SARAN.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Nilai PBV Perusahaan Sektor <i>Consumer Non-cyclical</i>	8
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	36
Tabel 4.1.	Kriteria Pemilihan Sampel	45
Tabel 4.2.	Data Sampel	46
Tabel 4.3.	Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.4.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.5.	Hasil Uji Autokorelasi	49
Tabel 4.6.	Hasil Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.7.	Hasil <i>Chow Test</i>	51
Tabel 4.8.	Hasil <i>Hausman Test</i>	51
Tabel 4.9.	Hasil Analisis Regresi Data Panel	52
Tabel 4.10.	Hasil MRA	53
Tabel 4.11.	Hasil Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.12.	Hasil Uji F	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1.	Hasil Uji Normalitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Sampel Perusahaan	70
Lampiran 2	Daftar Perusahaan di <i>Outlier</i>	74
Lampiran 3	Hasil Pengolahan Data	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang

Memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham merupakan tujuan dari suatu perusahaan, yang terkait erat dengan nilai pasarnya. Nilai pasar tidak hanya berfungsi sebagai ukuran utama kesuksesan suatu perusahaan, tetapi juga berperan penting dalam menentukan harga saham, sebuah komponen penting dalam berbagai model dan analisis keuangan. Nilai perusahaan sangat bergantung pada *earning power*-nya. Semakin tinggi *earning power* mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang lebih besar, yang meningkatkan profitabilitas secara keseluruhan. Selain itu, efisiensi aset yang lebih baik membantu perusahaan memanfaatkan sumber dayanya secara lebih efektif, sehingga meningkatkan nilainya di mata investor (Komara, Ghozali & Januarti, 2020).

Kebijakan utang yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan *return on equity* (ROE) melalui investasi yang lebih besar pada aset untuk menghasilkan pendapatan, yang pada akhirnya terjadi kenaikan harga saham dan kekayaan pemegang saham. Namun, utang harus dijaga pada tingkat optimal untuk menghindari risiko keuangan. Dengan menyeimbangkan utang dan ekuitas secara efektif, perusahaan dapat membangun kepercayaan investor, yang melihat struktur modal dengan tingkat *leverage* yang tepat sebagai indikator manajemen keuangan yang baik, memberikan keuntungan jangka pendek dan jangka panjang.

Nilai Perusahaan berfungsi sebagai indikator utama, yang mencerminkan persepsi investor, pasar, dan pemangku kepentingan, dan dengan demikian memiliki dampak substansial pada prospek masa depan perusahaan (Margono & Gantino, 2021). Nilai Perusahaan yang tinggi tidak

hanya memperkuat citra perusahaan, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan modal dengan lebih mudah melalui penawaran saham, pinjaman, dan investasi langsung. Peningkatan valuasi ini dapat menyebabkan kenaikan harga saham, menguntungkan pemegang saham dan meningkatkan kredibilitas perusahaan di pasar. Sebaliknya, Nilai Perusahaan yang rendah dapat menandakan adanya tantangan, sehingga lebih sulit untuk menarik investasi dan mengurangi daya tarik pasar perusahaan.

Penelitian ini berfokus pada nilai perusahaan serta hubungannya antara profitabilitas dan *leverage*, dengan ukuran perusahaan yang memoderasi pengaruhnya pada sektor *consumer non-cyclical*. Nilai perusahaan di sektor ini biasanya diukur dengan indikator pasar seperti *Price to Book Value (PBV)*, *Price Earnings Ratio (PER)*, dan *Tobin's Q*. PBV sangat diandalkan dalam menilai nilai perusahaan, karena mengindikasikan seberapa besar investor bersedia membayar relatif terhadap nilai buku perusahaan.

Menurut teori sinyal oleh Spence (1973), manajer terdorong untuk mengungkapkan informasi mengenai kinerja perusahaan, yang bertujuan untuk meminimalkan asimetri informasi dan membangun kepercayaan investor. Transparansi ini tidak hanya membantu mengkomunikasikan stabilitas dan potensi perusahaan, tetapi juga selaras dengan upaya memaksimalkan nilai perusahaan dan memastikan pertumbuhan jangka panjang. Oleh karena itu, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan sinyal pasar yang positif, mengindikasikan kepercayaan terhadap efektivitas manajemen dan potensi pertumbuhan di masa depan (Yuliyanti, Waspada, Sari, & Nugraha, 2022).

Lebih lanjut, PBV berperan penting sebab mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mengelola aset dengan cara yang memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Perusahaan dengan rasio PBV yang tinggi seringkali dianggap memiliki strategi manajemen yang efektif, kinerja keuangan yang kuat, dan potensi pertumbuhan yang menjanjikan.

Dengan berfokus pada pengoptimalan PBV, perusahaan di sektor *consumer non-cyclical* dapat mendorong laba yang lebih tinggi, memberikan nilai lebih kepada pemegang saham, dan memperkuat posisi pasar perusahaan secara keseluruhan

Rasio profitabilitas merupakan matrik penting yang digunakan oleh perusahaan untuk menilai kemampuannya dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, yang menjelaskan efisiensi manajemen dan kinerja operasional. Rasio ini bertujuan untuk mengukur seberapa baik perusahaan mengartikan penjualan atau investasi menjadi laba, memberikan pandangan yang jelas kepada investor mengenai kesehatan keuangan dan potensi pertumbuhan perusahaan. Profitabilitas diukur dengan *return on equity* (ROE), yang mengukur laba yang dihasilkan setelah pajak relatif terhadap ekuitas pemegang saham. ROE adalah indikator utama kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan modalnya untuk menciptakan nilai bagi pemegang saham, dengan ROE yang lebih tinggi umumnya menunjukkan penggunaan ekuitas yang efektif, kinerja keuangan yang solid, dan praktik manajemen yang baik (Panjaitan & Supriyati, 2023).

Penelitian empiris yang dilakukan oleh Saputri dan Bahri (2021) dan Rani, Rakhmawati, Rahayu dan Arisandi (2023), menunjukkan adanya relasi positif dan juga signifikan diantara profitabilitas dan nilai dari perusahaan. Korelasi ini mengartikan bahwa perusahaan dengan rasio profitabilitas yang lebih tinggi, seperti ROE, seringkali memiliki penilaian pasar yang lebih tinggi. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola biaya dan pendapatan, yang berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Hal ini menarik minat investor, karena rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi penggunaan modal dan potensi pengembalian yang konsisten, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar. Selain itu, perusahaan dengan matrik profitabilitas yang kuat seringkali memiliki posisi yang lebih baik untuk berinvestasi kembali pada peluang pertumbuhan, memperkuat stabilitas jangka panjang dan lebih jauh meningkatkan nilai perusahaan.

Bagi para pemangku kepentingan, rasio profitabilitas seperti ROE berfungsi sebagai tolok ukur untuk menilai kinerja saat ini dan prospek masa depan. Profitabilitas yang tinggi seringkali menghasilkan dividen yang lebih besar dan peningkatan reinvestasi, yang secara bersama-sama memperkuat minat investor dan meningkatkan persepsi pasar. Oleh karena itu, fokus pada profitabilitas tidak hanya mendukung pertumbuhan perusahaan tetapi juga meningkatkan nilai perusahaan, selaras dengan kepentingan investor dalam pengembalian jangka panjang yang berkelanjutan.

Leverage adalah komponen kunci dari strategi keuangan perusahaan, yang mencerminkan bagaimana perusahaan menyeimbangkan utang, ekuitas, dan saham untuk mendanai operasinya. Mengelola *leverage* secara efektif dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mempengaruhi profitabilitas dan kesehatan keuangan. *Debt-to-Equity Ratio* (DER) adalah ukuran utama untuk menilai *leverage*, yang memandu keputusan apakah akan meningkatkan modal melalui ekuitas atau utang jangka panjang. Ketika perusahaan tumbuh, kebutuhan modal mereka semakin meningkat, sehingga *leverage* menjadi faktor penting dalam mendanai dan mempertahankan ekspansi (Wahyuni & Gani, 2022). Meskipun pembiayaan melalui utang dapat mendukung pertumbuhan dan laba, hal ini juga meningkatkan ketergantungan pada kreditor eksternal, yang dapat menjadi berisiko jika tingkat utang tidak dikelola dengan hati-hati sehingga *leverage* dapat mempengaruhi kepercayaan investor dan stabilitas perusahaan.

Teori sinyal lebih lanjut menjelaskan bahwa utang dapat menandakan ekspansi dan potensi dari suatu perusahaan, karena berfungsi sebagai sumber pendanaan yang penting. Namun, tingkat utang yang berlebihan dapat dipandang negatif oleh investor (Sari, Akhmadi & Ichwanudin, 2023), yang berpotensi mengurangi nilai perusahaan jika tingkat utang menjadi tidak berkelanjutan. Temuan penelitian oleh Anggraeni dan Banani (2021) dan Wahyuni dan Gani (2022)

mengindikasikan pengaruh *leverage* yang negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Salah satu indikator utama dalam mengukur skala dan keberadaan perusahaan di pasar ialah ukuran perusahaan, seringkali dikaitkan dengan ketahanan serta fleksibilitas finansial perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas produksi, variasi layanan, dan kemampuan untuk menawarkan berbagai produk atau layanan kepada investor, berfungsi sebagai sinyal stabilitas dan kepercayaan pasar (Dayanty & Setyowati, 2020). Pengukuran ukuran perusahaan biasanya dilakukan berdasarkan total aset yang dimiliki, yang menunjukkan seberapa besar perusahaan tersebut.

Salah satu faktor utama untuk menentukan nilai suatu perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan umumnya memiliki kapasitas yang lebih besar untuk menambah aset, yang berandil pada peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan besar seringkali menjalani audit lebih intensif karena risiko kebangkrutan yang lebih rendah, mengingat luasnya aset, rata-rata total aset, penjualan, serta total pendapatan yang mereka miliki, yang semuanya berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan (Alhayra, Tangngisulu & Fajriah, 2024).

Perusahaan besar biasanya memiliki keunggulan dalam diversifikasi dan menunjukkan ketahanan yang lebih baik terhadap tantangan finansial serta risiko kebangkrutan. Keunggulan ini membuat mereka lebih menarik bagi investor, karena perusahaan besar cenderung dapat mengakses pasar modal dengan persyaratan yang lebih menguntungkan, mendukung pertumbuhan dan kinerja keuangan secara keseluruhan (Dayanty & Setyowati, 2020). Atribut ini memperkuat daya tarik mereka di pasar dan seringkali berujung pada peningkatan nilai pasar perusahaan.

Secara keseluruhan, ukuran perusahaan mempunyai korelasi positif dengan penciptaan nilai, karena perusahaan besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya untuk mendukung pertumbuhan dan ekspansi. Hal ini menguntungkan baik bagi profitabilitas maupun persepsi investor terhadap

perusahaan (Margono & Gantino, 2021). Ukuran perusahaan berfungsi sebagai indikator kekuatan keuangan perusahaan, dengan perusahaan besar umumnya lebih menarik bagi investor, meningkatkan nilai pasar mereka. Pertumbuhan aktivitas bisnis perusahaan besar seringkali menarik minat investor karena selain menawarkan potensi pertumbuhan, memounyai akses yang lebih luas ke pasar modal, memungkinkan investasi yang lebih mudah dan meningkatkan nilai perusahaan di pasar (Rani dkk., 2023).

Dengan mengeksplorasi ukuran perusahaan sebagai moderator, penelitian ini berusaha untuk menentukan apakah perusahaan yang lebih besar mengalami dampak yang lebih kuat atau lebih stabil dari profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Pendekatan ini mengakui bahwa meskipun profitabilitas dan *leverage* sangat penting, ukuran perusahaan dapat memperkuat atau mengurangi pengaruhnya, menjadikannya faktor penting dalam manajemen keuangan strategis. Memahami hubungan ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemegang saham dan manajer perusahaan yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan melalui keputusan yang tepat mengenai profitabilitas dan manajemen utang dalam perusahaan dengan berbagai ukuran.

Sektor *consumer non-cyclical*, yang mencakup industri yang menyediakan barang kebutuhan pokok seperti makanan, perawatan kesehatan, dan produk perawatan pribadi, dicirikan oleh stabilitas dan ketahanan terhadap fluktuasi ekonomi. Perusahaan-perusahaan di sektor ini diharapkan beroperasi dengan visi yang jelas dan tujuan yang jelas, karena produk mereka mempertahankan permintaan yang konsisten terlepas dari siklus ekonomi. Stabilitas ini memungkinkan pertumbuhan yang berkelanjutan dan menawarkan investor pilihan risiko yang lebih rendah, karena produk *consumer non-cyclical* tetap penting bahkan selama kemerosotan ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan di sektor ini seringkali dipandang sebagai investasi yang dapat diandalkan dengan potensi pengembalian yang stabil dari waktu ke waktu.

Menurut data dari Direktorat Jenderal Perbendaharaan (DJPb) dari Januari 2024, sektor *consumer non-cyclical* telah memberikan kontribusi penting terhadap pertumbuhan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), dengan peningkatan sebesar 3,90% (Laksono dkk, 2024). Hal ini sejalan dengan opini Nadya (2023) bahwa perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang-barang kebutuhan pokok, mampu mempertahankan penjualan yang stabil di berbagai kondisi ekonomi. Contoh utama dari ketahanan ini adalah Indofood, yang terus melaporkan penjualan positif selama pandemi COVID-19 meskipun ada tantangan ekonomi. PT Indofood CBP Sukses Makmur melaporkan PBV dari 2020 hingga 2023 berturut-turut sebagai berikut 2.22, 1.85, 2.03, dan 1.99. Konsistensi ini menggarisbawahi peran penting dari perusahaan sektor *consumer non-cyclical* dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan pasar saham, yang menawarkan opsi investasi yang stabil bahkan selama penurunan ekonomi.

Menurut *International Monetary Fund* (IMF), dalam *World Economic Outlook* pada bulan April 2024, memproyeksikan pertumbuhan ekonomi global sebesar 3,2%, yang mengindikasikan laju yang “stabil tapi lambat”, karena ekonomi global menunjukkan ketahanan sambil terus berkembang dengan kecepatan yang lebih rendah (“World Economic Outlook (International Monetary Fund),” 2024). Meskipun sektor *consumer non-cyclical* secara umum dianggap stabil, tantangan yang dihadapi oleh PT Hero Supermarket Tbk ini menggambarkan bahwa stabilitas dari sektor ini tidak menjamin kekebalan bagi semua perusahaan. Selama pandemi COVID-19, PT Hero Supermarket Tbk terpaksa menutup seluruh gerai Giant di Indonesia pada tahun 2021, setelah mengalami kerugian yang berkelanjutan sejak tahun 2018. Kesulitan perusahaan muncul dari ketidakmampuan untuk menutupi biaya penjualan dan biaya operasional (Novelino, 2021). Situasi ini menyoroti sifat alamiah dari sektor *consumer non-cyclical* yakni meskipun stabil, beberapa perusahaan mungkin masih berjuang untuk bertahan dari tekanan ekonomi dan mempertahankan profitabilitas.

Sejak awal tahun 2021, kinerja perusahaan-perusahaan di sektor *consumer non-cyclical* telah mengalami penurunan sebesar 11,29%, sehingga sektor ini terlihat kurang menarik dibandingkan dengan sektor *consumer cyclical*, berdasarkan data dari Program Penutupan Pasar Sesi I BEI Channel (Rani et al., 2023).

Tabel 1.1
 Nilai PBV Perusahaan Sektor *Consumer Non-cyclical*

Sub-Sektor	2021	2022	2023
<i>Food & staples retailing</i>	4.60	3.61	3.05
<i>Food & beverage</i>	1.90	1.73	1.58
<i>Tobacco</i>	1.02	0.93	1.56
<i>Nondurable household products</i>	1.10	0.89	0.69
Total	1.93	1.72	1.56

Sumber: www.idx.co.id

Hal ini dibuktikan dengan fenomena pada sektor *consumer non-cyclical*, dimana nilai dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terus mengalami penurunan setiap tahunnya dari tahun 2021 hingga 2023. Tabel 1 menyoroti fluktuasi PBV di berbagai sub-sektor *consumer non-cyclical* dari tahun 2021 hingga 2023. Khususnya, sub-sektor *tobacco* menunjukkan peningkatan PBV yang substansial pada tahun 2023, naik dari 0,93 pada tahun 2022 menjadi 1,56. Sebaliknya, sub-sektor lainnya-yaitu, *food & staples retailing*, *food & beverage*, dan *nondurable household products* menunjukkan penurunan PBV yang konsisten selama periode tiga tahun. Secara keseluruhan, total PBV untuk sektor *consumer non-cyclical* turun dari 1,93 di tahun 2021 menjadi 1,56 di tahun 2023, yang mencerminkan penurunan valuasi pasar secara keseluruhan untuk sektor ini. Tren ini mengindikasikan tantangan yang dihadapi oleh sebagian besar subsektor dalam mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaan mereka.

Dalam menghadapi persaingan global yang ketat, perusahaan tidak hanya perlu fokus untuk menghasilkan laba yang tinggi, tetapi juga

memastikan keberlanjutan jangka panjang. Saham-saham pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* biasanya memiliki sifat defensif, yang berarti harga sahamnya tidak terlalu terpengaruh oleh sentimen pasar (Rani et al., 2023). Dengan kondisi ini, perusahaan-perusahaan di sektor ini harus berupaya membangun nilai perusahaan yang kuat untuk meningkatkan imbal hasil bagi investor dan menarik investor baru. Pendekatan ini sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat posisi perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil tidak konsisten atas pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICAL* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2020-2023”

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan temuan oleh Panjaitan dan Supriyati (2023) dampak profitabilitas pada nilai dari perusahaan merupakan negatif dan signifikan, sebaliknya *leverage* berpengaruh signifikan dan juga positif terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut, ukuran suatu perusahaan yang dapat memoderasi relasi antara profitabilitas dan nilai perusahaan memperkuat pengaruhnya, akan tetapi efek dari ukuran perusahaan yang moderasi memperlemah relasi *leverage* dengan nilai pada perusahaan.

Selanjutnya, menurut hasil studi dari Hardiyanto dan Akhmadi (2024) menunjukkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan. Selain itu, pengaruh ukuran dari perusahaan sebagai variabel moderasi pada profitabilitas dapat memperlemah nilai perusahaan, namun ukuran perusahaan yang memoderasi *leverage* memperkuat pengaruhnya pada nilai perusahaan.

Selain itu, berdasarkan studi Yuliyanti dkk. (2022) mendapatkan bahwa likuiditas dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun *leverage* mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada nilai suatu perusahaan. Pengaruh ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi tidak signifikan pada likuiditas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan, akan tetapi ukuran perusahaan dapat memoderasi *leverage* dengan melemahkan pengaruhnya terhadap nilai dari perusahaan.

Lebih lanjut, menurut hasil penelitian oleh Dayanty dan Setyowati (2020) menunjukkan pengaruh kinerja keuangan dan ukuran perusahaan yang mempunyai efek positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun nilai perusahaan mendapatkan dampak negatif dan signifikan dari struktur modal. Selanjutnya, ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh antara kinerja keuangan dan struktur modal pada nilai perusahaan.

Hasil temuan Anggraeni dan Banani (2021) menunjukkan *leverage* berdampak signifikan negative pada nilai suatu perusahaan, sedangkan profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan berefek positif dan signifikan pada nilai perusahaan, selain itu nilai perusahaan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh likuiditas dan kebijakan dividen.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang telah diuraikan, terdapat ketidakkonsistenan dalam hasil temuan-temuan tersebut. Perbedaan hasil tersebut mendorong perlunya penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

3. Batasan Masalah

a. Subjek penelitian

Menurut Fithrah dan Luthfiah (2017), subjek penelitian adalah orang atau sesuatu yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Subjek penelitian berperan sebagai sumber yang membagikan data atau informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Subjek pada studi ini berfokus pada perusahaan yang tercatat pada sektor *consumer non-cyclical* di BEI periode 2020-2023. Penulis memilih sektor *consumer non-cyclical* sebab

sesuai yang disebutkan pada latar belakang, bahwa perusahaan besar dalam sektor *consumer non-cyclical*, seperti produsen makanan, minuman, dan barang kebutuhan pokok. Perusahaan-perusahaan ini menghadapi tekanan dari kompetisi global yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Lebih lanjut, pada sektor *consumer non-cyclical* umumnya memiliki permintaan yang stabil karena mencakup produk kebutuhan pokok, namun keadaan ekonomi yang rentan berpengaruh terhadap nilai perusahaan di sektor *consumer non-cyclical*. Sektor ini bisa mengalami tantangan seperti peningkatan biaya bahan baku atau distribusi yang dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Selain itu terjadi fenomena nilai PBV yang fluktuatif pada sektor *consumer non-cyclical* periode 2021-2023, dimana pada sub-sektor *tobacco* mengalami fluktuasi nilai PBV yang signifikan namun sub-sektor lainnya mengalami penurunan nilai PBV yang konstan selama periode 2021-2023, serta pada sektor ini secara keseluruhan juga mengalami penurunan pada nilai perusahaan.

Periode 2020-2023 dipilih untuk penelitian sektor *consumer non-cyclical* karena mencakup berbagai peristiwa ekonomi penting, seperti pandemi COVID-19, inflasi, dan ketidakpastian ekonomi. Rentang waktu ini memungkinkan analisis ketahanan sektor dalam menghadapi krisis serta fluktuasi PBV, yang mencerminkan persepsi investor terhadap stabilitas dan nilai perusahaan.

b. Objek penelitian

Objek penelitian merujuk pada hal yang diteliti selama proses penelitian, yang bisa berupa masalah atau aspek tertentu yang ingin dipahami secara mendalam. Dalam penelitian, objek ini menjadi pusat perhatian dalam proses penyelidikan dan pengumpulan data (Fitrah & Luthfiyah, 2017).

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya dan merupakan pokok perhatian dalam penelitian. Pada

penelitian ini objek penelitiannya dibatasi dengan satu variabel dependen, yakni nilai perusahaan. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen karena dinilai penting dalam mencapai objektifnya perusahaan yaitu untuk memaksimalkan kesejahteraan investor. Variabel dependen pada penelitian ini juga dibatasi oleh 2 variabel independen dan 1 variabel moderasi. Profitabilitas dan *leverage* dipilih sebagai variabel independen, dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Seluruh variabel-variabel ini dipilih sebab berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian pengujian sebelumnya memiliki hasil yang tidak konsisten atas pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yang dimoderasi oleh variabel moderasi yang diteliti.

4. Rumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan?
- b. Apakah *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan?
- c. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
- d. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, untuk:

- a. Memberikan hasil analisis atas pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- b. Memberikan hasil analisis atas pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
- c. Memberikan hasil analisis atas ukuran perusahaan yang memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

- d. Memberikan hasil analisis atas ukuran perusahaan yang memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademis dan literatur tentang nilai perusahaan di sektor *consumer non-cyclical*. Secara khusus, penelitian ini akan memberikan wawasan tambahan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam sektor ini, termasuk dampak dari stabilitas ekonomi dan peran sektor yang dianggap defensif. Manfaat ini berguna sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen keuangan dan ekonomi.

b. Manfaat praktis

1) Hasil penelitian ini dapat membantu investor dalam memahami karakteristik sektor *consumer non-cyclical*, termasuk kekuatan dan kelemahannya dalam menghadapi fluktuasi ekonomi. Informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat membantu investor dalam membuat keputusan investasi yang lebih tepat dengan menganalisis nilai perusahaan, serta mempertimbangkan profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan yang memoderasi sebagai pilihan investasi yang lebih aman.

2) Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi perusahaan di sektor *consumer non-cyclical* dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yakni dengan memperhatikan nilai profitabilitas dan *leverage* pada perusahaan, serta ukuran perusahaan yang memoderasi agar manajemen perusahaan dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kinerja dan daya tarik perusahaan di mata investor, sekaligus meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang ketat.

3) Studi ini dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti dan mahasiswa dalam kajian terkait sektor *consumer non-cyclical*, terutama dalam aspek nilai perusahaan, dengan memperhatikan profitabilitas serta *leverage*, dan juga dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Hasil penelitian ini dapat memberikan dasar yang kuat untuk penelitian lanjutan dan membantu pengembangan teori terkait berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di sektor ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, E. S., Solikin, I., Nugraha, N., Waspada, I., Sari, M., & Puspitawati, L. (2022). CAPITAL STRUCTURE, PROFITABILITY, HEDGING POLICY, FIRM SIZE, AND FIRM VALUE: MEDIATION AND MODERATION ANALYSIS. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(5), 789–801. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i5.1063>
- Alhayra, A. R., Tangngisulu, J., & Fajriah, Y. (2024). The Effect of Profitability on Company Value with Company Size as a Moderating Variable Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2669–2680. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4336>
- Anggraeni, A. I., & Banani, A. (2021). The Effect of *Leverage*, Liquidity, Profitability, Firm's Growth, Firm's Size, and Dividend Policy toward Firm Value (Study at Manufacture Companies Listed on Indonesia Stock Exchange Period 2014-2017). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 23(2), 8–19. <https://doi.org/10.32424/1.jame.2021.23.2.4469>
- Dayanty, A., & Setyowati, W. (2020). PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMODERASI VARIABEL UKURAN PERUSAHAAN (Studi Empiris Perusahaan Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis (MAGISMA)*, 8(2), 77–87. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.85>
- Dwiputra, T., & Viriany. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(3), 982–990. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i3.9523>
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Hardiyanto, R. H. N., & Akhmadi. (2024). The Influence of Profitability and *Leverage* on Firm Value with Firm Size as A Moderation Variable.

- Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 2(3), 31–39.
<https://doi.org/10.69693/ijim.v2i3.160>
- Hastuti, R. T., & Tertia, J. C. (2023). Profitability and *Leverage* Effect on Firm Value with Corporate Social Responsibility as Moderating Variable in Manufacturing Company. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 88–97. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i1.88-97>
- Igartua, J. J., & Hayes, A. F. (2021). Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: Concepts, Computations, and Some Common Confusions. *Spanish Journal of Psychology*, 24(6). <https://doi.org/10.1017/SJP.2021.46>
- Komara, A., Ghozali, I., & Januarti, I. (2020). Examining the Firm Value Based on Signaling Theory. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 123. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.001>
- Kusumaningtyas, E., Subagyo, E., Adinugroho, W. C., Jacob, J., Berry, Y., Nuraini, A., Sudjono, & Syah, S. (2022). *Konsep dan Praktik Ekonometrika Menggunakan EVIEWS*. Lamongan: Academia Publication.
- Laksono, D. E., Santos HLT, P., Wedhana, R. W., Aynu, Z. R., Hestika, A., & Calvin, I. (2024). *Buletin Investasi, Keuangan dan Ekonomi*. www.djpb.kemenkeu.go.id
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Margono, F. P., & Gantino, R. (2021). 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>
- Nadya, K. (2023, August 29). *Apa itu Consumer Non Cyclical: Definisi dan Contoh Sahamnya di Pasar Modal*. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/market-news/apa-itu-consumer-non-cyclical-definisi-dan-contoh-sahamnya-di-pasar-modal/>

- Novelino, A. (2021, May 27). *Melihat Keuangan Hero yang Tutup Semua Gerai Giant Tahun Ini*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/2021052703419-93-647317/melihat-keuangan-hero-yang-tutup-semua-gerai-giant-tahun-ini/>
- Desvina, A.P., & Rahmah, N. (2016). Penerapan Metode ARCH/GARCH Dalam Peramalan Indeks Harga Saham Sektor. *Jurnal Sains Matematika dan Statistika*, 2(1), 1-10. <http://dx.doi.org/10.24014/jsms.v2i1.3093>
- Oktaviarni, F. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE, KEBIJAKAN DIVIDEN, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.1.1-16>
- Panjaitan, I. V., & Supriyati, D. (2023). The Effect of Profitability and Leverage on Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable. *Research of Finance and Banking*, 1(1), 34–46. <https://doi.org/10.58777/rfb.v1i1.34>
- Rani, S., Rakhmawati, A., Rahayu, P. F., & Arisandi, A. (2023). FIRM VALUE IN THE NON-CYCLICALS CUSTOMER SECTOR: PROFITABILITY AND FIRM SIZE. *Jurnal Kompetitif*, 12(2), 180–188. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i2.422>
- Saputri, D. R., & Bahri, S. (2021). The Effect Of Leverage, Profitability, And Dividend Policy On Firm Value Institute Technology And Business Asia Malang. *International Journal of Educational Research & Social Science*, 2(6), 1316–1324. <https://doi.org/10.51601/ijersc.v2i6.223>
- Sari, K., Akhmadi, & Ichwanudin, W. (2023). Leverage and liquidity to firm value moderated by firm size: a signaling theory approach. *Enrichment: Journal of Management*, 13(3), 2073–2082. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i3.1579>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: Wiley
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>

- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Supriyanto, Y., Martadinata, I. P. H., Adipta, M., Rozali, M., Nurfauzi, Y., Fahmi, M., Sundari, Adria, Mamuki, E., & Supriadi. (2023). *DASAR-DASAR MANAJEMEN KEUANGAN*. Mataram: Sanabil.
- Wahyuni, N., & Gani, A. A. (2022). Reviewing the Firm Value in terms of Profit, Debt, and Growth. *Jurnal Manajemen*, 26(1), 121–139. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i1.837>
- World Economic Outlook (International Monetary Fund). (2024). In *World Economic Outlook, April 2024*. International Monetary Fund. <https://doi.org/10.5089/9798400255892.081>
- Yuliyanti, L., Waspada, I., Sari, M., & Nugraha, N. (2022). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value with Firm Size as Moderating Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 220, 88–92. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.001>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama : Catherine Carissa Tanaya
2. Tempat, Tanggal Lahir : Ambon, 7 Januari 2004
3. Alamat : Marina Mediterania Residence, Ancol - Jakarta
Utara 14430
4. Jenis Kelamin : Wanita
5. Agama : Kristen
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. No Telepon : 08230232299
8. E-Mail : catherinecarissa07@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

1. 2021-2025 : S1 Akuntansi, Universitas Tarumanagara
2. 2018-2021 : SMA Negeri 1, Ambon
3. 2015-2018 : SMP Kristen Kalam Kudus, Ambon
4. 2009-2015 : SD Kristen Kalam Kudus, Ambon