



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 3420-3433

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Nilai Perusahaan Dari 9 Perusahaan *Food And Beverage Terbesar Di Indonesia*

Muharni<sup>1✉</sup>, Aminah<sup>2</sup>, Pra Gemini<sup>3</sup>, Abdullah<sup>4</sup>

STIM-LPI Makassar, Sulawesi Selatan

Email: [muharniarni170400@gmail.com](mailto:muharniarni170400@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Yang melatar belakangi penelitian ini yaitu dimana permasalahan yang terjadi di perusahaan *Food and Beverage* adalah profitabilitas mengalami penurunan dan nilai perusahaan mengalami kenaikan, sedangkan yang seharusnya profitabilitas mengalami kenaikan dan nilai perusahaan ikut naik sesuai dengan teori yang ada. Dengan adanya fenomena ini maka peneliti tertarik meneliti lebih jauh tentang nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dengan populasi berjumlah 84 perusahaan dengan teknik purposive sampling menggunakan lima kriteria sehingga diperoleh sampel 9 perusahaan. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa dari ketiga variabel yang digunakan yang memiliki pengaruh yaitu profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai 0,0000 dan setelah di uji secara simultan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui pertumbuhan laba dengan nilai 0,0000. Dari hasil penelitian penulis menarik sebuah kesimpulan yaitu PBV dengan profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan atau profitabilitas menjadi penentu sebuah nilai perusahaan.

Kata kunci: : *NPM, ROA, ROE, Company Value, Pertumbuhan Laba*

## Abstract

The background of this research is where the problem that occurs in Food and Beverage companies that profitability has decreased and the company's value has increased, while profitability should have increased and the company's value has also increased in accordance with existing theory. With this phenomenon, the authors are interested in researching further about the value of the company. This study uses Quantitative methods, with a population of 84 companies with purposive sampling techniques using five criteria so that a sample of 9 companies is obtained. The results of this study found that of the three variables used that have an influence, namely profitability has a significant effect on firm value with a value of 0.0000 and after being tested simultaneously profitability has a significant effect on firm value through profit growth with a value of 0.0000. From the research results the authors draw a conclusion that PBV with high profitability can increase company value or profitability determines a company's value.

Key words: : *NPM, ROA, ROE, Company Value, Profit Growth*

## PENDAHULUAN

*Food and beverage* adalah suatu sektor yang mengalami pertumbuhan besar dalam beberapa tahun terakhir, dimana industri makanan dan minuman ini tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar konsumen, tetapi menawarkan bisnis yang menarik bagi pengusaha lokal maupun internasional. Industri ini dapat dilihat secara luas di Indonesia karena telah mengalami pertumbuhan disebabkan oleh populasi negara yang terus berkembang. *Food and beverage* merupakan sebuah bisnis yang paling stabil, sehingga dipilih sebagai objek penelitian. Sektor ini juga sulit dipengaruhi oleh aturan hukum atau bahkan perubahan kondisi ekonomi makro. Perusahaan-perusahaan dalam industri ini juga memiliki peran positif dalam mendukung perekonomian nasional, dengan pertumbuhan yang konsisten melalui peningkatan produktivitas, investasi dan ekspor.

Secara umum berdasarkan tujuan dan visi bisnis dari perusahaan *food and beverage* dalam hal ini dinyatakan, tujuannya adalah untuk memaksimalkan pendapatan perusahaan dan memperoleh laba selain itu, Perusahaan memperoleh nilai perusahaan dengan tujuan meningkatkan keuntungan dan kesejahteraan pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan penilaian yang dibuat investor untuk menggambarkan tingkat kesuksesan perusahaan, yang umumnya terkait pada harga saham. Saat harga saham naik, pendapatan perusahaan juga naik, hal ini memperkuat keyakinan konsumen tidak hanya terkait dengan kondisi pasar saat ini, tetapi juga terkait dengan prospek jangka panjang perusahaan (Cyntia et al., 2024). Berdasarkan hal ini, nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yang paling berpengaruh adalah harga

sahamnya. Nilai pasar saham memberikan investor penilaian atas seluruh ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan (Zhou, 2022).

Profitabilitas adalah suatu metode yang memberikan gambaran mengenai tingkat pengembalian yang dapat diperoleh dari kegiatan investasi, ukuran profitabilitas yang penting adalah laba yang sehat, sehingga investor dan kreditor sangat cermat menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik itu sekarang dan juga masa depan (Noviyati & Agustiniingsih, 2023). Profitabilitas yang tinggi dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengelola sejumlah modal untuk menghasilkan keuntungan bagi investor (Cristóbal, 2018).

*Signalling theory* menyatakan setiap bisnis memiliki peluang untuk mendapatkan laba yang stabil dan juga akan terus bertambah, hal ini merupakan langkah positif yang seharusnya diberikan oleh manajemen untuk investor.

Teori sinyal menggambarkan bahwa profitabilitas yang tinggi berkaitan dengan kinerja yang baik bagi perusahaan sehingga mendorong investor untuk meningkatkan permintaan saham, hal ini permintaan saham yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jika rasio profitabilitas naik maka nilai perusahaan akan meningkat begitupun sebaliknya (Hartanto et al., 2022).

Pertumbuhan laba merupakan kapasitas sebuah perusahaan untuk meningkatkan laba bersih yang kemudian dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, ketika pertumbuhan laba mengalami positif dapat berpengaruh yang baik bagi suatu perusahaan, terutama jika terjadi ditengah kondisi ekonomi yang tidak stabil atau menurun (Putra As'ari & Pertiwi, 2021). Laba dianggap sebagai indikator kinerja perusahaan, laba yang lebih tinggi menghasilkan reputasi perusahaan yang lebih baik, yang mendorong investor untuk melakukan investasi (Thompson, 2018).

Tabel 1

Kode Perusahaan	Tahun	Laba Perusahaan	Rata-Rata Profitabilitas	Nilai Perusahaan (Pbv)
BISI	2018	-0.79	0.96	175.33
	2019	-0.24	0.79	132.09
	2020	0.10	0.85	112.05
	2021	0.38	0.98	139.60
	2022	-0.11	0.98	112.12
BWPT	2018	1.46	-24.20	77.58
	2019	1.52	-115.91	246.56
	2020	-0.05	-143.95	-309.95

	2021	0.28	-118.08	-682.03
	2022	-1.01	20.54	8.46
	2018	-0.13	85.13	128.24
	2019	-0.67	95.74	181.83
ULTJ	2020	0.07	97.08	241.62
	2021	0.15	100.70	274.33
	2022	-0.24	77.94	182.55

Sumber : Data sekunder diolah peneliti,2024

Pada tabel 1 dimana nilai perusahaan mengalami peningkatan dan juga mengalami penurunan begitu juga dengan pertumbuhan laba dan rata-rata profitabilitas setiap tahunnya mengalami fluktuasi.

### 1. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan salah satu bukti tanggung jawab pengelola terhadap pihak-pihak yang membutuhkannya, baik itu aset, kewajiban, ekuitas dan pengeluaran (Flood, 2021).

Laporan keuangan merupakan semua transaksi keuangan yang tercatat di perusahaan dicatat dalam laporan keuangan (O'Hare, 2016).

Berdasarkan teori diatas dapat diartikan bahwa laporan keuangan adalah bukti tanggung jawab pengelola terhadap pihak yang bersangkutan dan dicatat dalam laporan keuangan.

### 2. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan adalah nilai untuk menghasilkan keuntungan. Dengan naiknya harga saham dianggap sebagai pertanda bahwa nilai perusahaan juga mengalami peningkatan dan dapat menambah nilai bagi suatu perusahaan (Lientz, 2012).

Nilai Perusahaan merupakan keadaan bisnis untuk menunjukkan tingkat suatu kepercayaan masyarakat terhadap sebuah perusahaan melalui proses kegiatan yang berkesinambungan yang dimulai dari beberapa tahun perusahaan tersebut didirikan (Sheth, 2012).

Dari berbagai teori diatas dapat dikatakan bahwa Nilai Perusahaan merupakan kepercayaan masyarakat mengenai keuntungan pemegang saham terhadap kenaikan harga saham sebagai pertanda bahwa nilai perusahaan mengalami peningkatan selama bertahun-tahun.

Cara menghitung Nilai Perusahaan :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

### 3. Pengertian Pertumbuhan Laba

Pertumbuhan Laba ditentukan oleh tingkat pertumbuhan secara keseluruhan, yaitu jumlah pertumbuhan perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan perusahaan penting karena dapat berkelanjutan untuk kepercayaan investor, ketika pertumbuhan laba perusahaan meningkat hal ini akan mengakibatkan kenaikan harga saham, yang kemudian diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan (Shi, 2018).

Pertumbuhan Laba adalah kemampuan suatu perusahaan meningkatkan laba bersih terhadap tahun-tahun sebelumnya (Anggraini et al., 2022).

Dari berbagai teori tersebut dapat dikatakan bahwa Pertumbuhan Laba adalah tingkat pertumbuhan perusahaan yang mengukur peningkatan laba bersih terhadap tahun-tahun sebelumnya.

Cara menghitung Pertumbuhan

Laba sebagai berikut:

$$PL = \frac{\text{Laba Bersih } (t) - \text{Laba Bersih } (t-1)}{\text{Laba Bersih } (t-1)}$$

### 4. Pengertian Profitabilitas

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2020: 304), Profitabilitas merupakan kemampuan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba bersih (Harahap, 2020).

Profitabilitas merupakan keadaan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan, jika perkembangan keuangan perusahaan membaik, maka dapat disimpulkan bahwa kondisi kerja perusahaan juga akan membaik, sehingga meningkatkan return yang akan diterima investor (Agung et al., 2023).

Dari berbagai teori dapat dikatakan bahwa Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan keuntungan bersih yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

Cara menghitung Profitabilitas:

1) *Gross Profit Margin* (GPM) di ukuran PBV yang dapat dipergunakan dengan membandingkan laba kotor dengan penjualan (Agustin et al., 2023).

Cara menghitung *Gross Profit Margin* sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2) *Operating Profit Margin* (OPM) rasio yang membagi laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan bersih. Ketika OPM mengalami peningkatan maka dianggap positif, karena dapat menunjukkan perusahaan mengalami keuntungan yang lebih besar (Alqurni & Nindiasari, 2022).

Rumus *Operating Profit Margin* yaitu :

$$OPM = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3) *Net Profit Margin* (NPM) rasio untuk membagi laba bersih setelah bunga dan pajak, dengan penjualan bersih. Semakin tinggi rasio maka, semakin efektif perusahaan dalam menghasilkan pendapatan penjualan (Chen, 2021).

Rumus untuk menghitung *Net Profit Margin* adalah sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4) *Return On Asset* (ROA) untuk mengukur persentase laba sebelum bunga dan pajak dengan total aset. Jika ROA semakin tinggi, perusahaan tersebut akan semakin baik dalam menggunakan asetnya untuk mendapatkan penghasilan. Sehingga ROA yang tinggi dapat menunjukkan kurangnya perputaran aset (Brogi, 2019).

Menghitung *Return On Asset* menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

5) *Return On Equity* (ROE) dapat dihitung dengan membagi total laba bersih setelah pajak dengan ekuitas. *Return On Equity* yang tinggi sangat penting bagi pelaku pasar modal dan investor individu karena memberikan gambaran mengenai seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan ekuitas pemegang saham untuk menghasilkan keuntungan (Rahmadi & Mutasowifin, 2021).

Menghitung *Return On Equity* menggunakan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

## METODE PENELITIAN

Jenis data yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang merupakan data numerik (data rasio) yang bersifat *continuous* berupa laporan profitabilitas, nilai perusahaan dan pertumbuhan laba yang didapatkan dari laporan keuangan PT *Food and Beverage*.

Sumber data yang dikumpulkan dari penelitian ini berasal pada laporan keuangan yang diperoleh dari situs resmi PT *Food and Beverage*. Populasi merupakan seluruh objek dengan karakteristik relevan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan PT *Food and Beverage* yang berjumlah 84 perusahaan. Sampel merupakan sebagian atau pilihan yang mewakili dari total jumlah populasi secara keseluruhan sesuai dengan karakteristik. Untuk metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Purposive sampling dan sampel penelitian yaitu laporan keuangan pada perusahaan PT *Food and Beverage* yang diambil dari data tahunan selama 5 tahun 2018 - 2022. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji asumsi klasik dan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Metode pengolahan data yang

digunakan yaitu menggunakan aplikasi Eviews 12.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tabel dan Gambar

#### a. Analisis Regresi

Pengujian	Hasil	Keputusan
Uji Chow	Prob. > 0,05	CEM
	Prob. < 0,05	FEM
Uji Hausman	Prob. >0,05	REM
	Prob. < 0,05	FEM
Uji Legrange	Prob. > 0,05	CEM
Multiplier (LM)	Prob. < 0,05	REM

Gambar 1. Hasil uji pemilihan model

#### 1. Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	7.360713	(8,33)	0.0000
Cross-section Chi-square	46.081705	8	0.0000

Gambar 2. Hasil uji chow

Nilai Prob 0,0000 < 0,05, maka yang terpilih adalah model FEM.

#### 2. Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	826.55964	3	0.0000
** WARNING: estimated cross-section random effects variance is zero.			
Cross-section random effects test comparisons:			

Gambar 3. Hasil uji hausman

Nilai prob  $0,0000 < 0,05$ , maka nilai yang terpilih adalah model FEM.

Berdasarkan hasil uji Chow dan uji Hausman, maka model yang terbaik dalam penelitian ini adalah FEM.

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

Model yang terpilih adalah CEM, maka dari itu maka uji asumsi klasik baru dilaksanakan. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

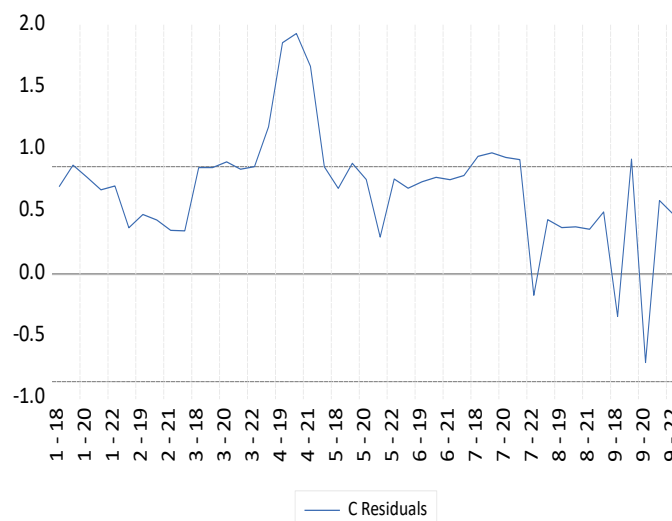
1. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji multikolinearitas

X	Y	Z
1.000000	0.805541	-0.022674
0.805541	1.000000	-0.088636
-0.022674	-0.088636	1.000000

Koefisiensi korelasi X dan Y sebesar  $0,805541 < 0,85$ , X dan Z sebesar  $-0,02267 < 0,85$  dan Y dan Z sebesar  $-0,08863 < 0,85$ . Maka dapat disimpulkan bahwa terbebas multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedasitas



Gambar 4. Uji heteroskedasitas

Dari grafik residual (warna biru ) dapat dilihat tidak melewati batas (500 dan -500), artinya varian residual sama. Oleh sebab itu tidak terjadi gejala heteroskedasitas atau lolos uji heteroskedasitas.

### 3. Uji Path

---

Dependent Variable: Y

---

Method: Panel Least Squares

---

Date: 05/13/24 Time: 12:43

---

Sample: 2018 2022

---

Periods included: 5

---

Cross-sections included: 9

---

Total panel (balanced) observations: 45

---

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-825.4746	260.5895	-3.167720	0.0028
X	19.65967	2.205326	8.914632	0.0000

---

---

Gambar 5. Dependent variable Y ke X

---

Dependent Variable: X

---

Method: Panel Least Squares

---

Date: 05/20/24 Time: 11:40

---

Sample: 2018 2022

---

Periods included: 5

---

Cross-sections included: 9

---

Total panel (balanced) observations: 45

---

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	43.69751	16.65838	2.623155	0.0128
Z	0.069552	0.719477	0.096670	0.9235

---

---

Gambar 6. Dependent variable X ke Z

---

Dependent Variable: Y

---

Method: Panel Least Squares

---

Date: 05/22/24 Time: 19:53

---

Sample: 2018 2022

---

Periods included: 5

---

Cross-sections included: 9

---

Total panel (balanced) observations: 45

---

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	80.37208	450.9270	0.178237	0.8596
Z	-12.27202	19.47558	-0.630124	0.5327

Gambar 7. Dependent variable Y ke Z

Dependent Variable: Y				
Method: Panel Least Squares				
Date: 05/13/24 Time: 12:47				
Sample: 2018 2022				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 9				
Total panel (balanced) observations: 45				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-798.4940	264.1089	-3.023351	0.0042
X	19.62071	2.216195	8.853332	0.0000
Z	-7.369389	9.504601	-0.775350	0.4425

Gambar 8. Dependent variable Y ke X dan Z

- Hasil uji t pada variabel profitabilitas (X) terhadap nilai perusahaan (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar  $8,914632 > t$  tabel yaitu  $2,016692$  dan nilai sig.  $0,0000 < 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- Hasil uji t pada variabel profitabilitas (X) melalui pertumbuhan laba (Z) diperoleh t hitung sebesar  $0.096670 < t$  tabel yaitu  $2,016692$  dan nilai sig.  $0,9235 > 0,05$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.
- Hasil uji t pada variabel nilai perusahaan (Y) melalui pertumbuhan laba (Z) diperoleh nilai t hitung sebesar  $-0,775350 < t$  tabel yaitu  $2,016692$  dan nilai sig.  $0,4425 > 0,05$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya variabel pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- Hasil uji t pada variabel profitabilitas (X) terhadap nilai perusahaan (Y) melalui pertumbuhan laba (Z) diperoleh nilai t hitung sebesar  $8,853332 > t$  tabel yaitu  $2,016692$  dan nilai sig.  $0,0000 < 0,05$ , maka  $H_0$  di terima dan  $H_1$  ditolak. Artinya variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui pertumbuhan laba berpengaruh

terhadap nilai perusahaan.

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis rasio keuangan dari sembilan perusahaan di mana rata-rata profitabilitas di semua perusahaan mengalami kenaikan. selanjutnya di analisis statistik di mana variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hipotesis pertama di terima. Hal ini terjadi karena perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi dapat dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan di mana pendapatan laba yang digunakan untuk membuat nilai perusahaan yang tinggi sehingga mendapatkan sinyal positif dari suatu investor. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi profit maka nilai perusahaan akan ikut naik.

Hasil uji t menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak sehingga dapat disimpulkan profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba, hipotesis kedua ditolak. Hal ini terjadi karena pertumbuhan laba dapat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sehingga pertumbuhan laba yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, pada kondisi pertumbuhan perusahaan banyak membutuhkan pendanaan sehingga laba yang dihasilkan dari sebuah kegiatan sebuah perusahaan akan digunakan untuk kegiatan investasi bukan untuk pembayaran dividen kepada para pemegang saham.

Pertumbuhan laba tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan, hipotesis k tiga di tolak. Oleh sebab itu Perusahaan yang memiliki nilai yaitu kemampuan sebuah perusahaan untuk memperoleh suatu laba. Pertumbuhan laba dapat dikatakan baik ketika tingkat suatu kepercayaan masyarakat terhadap sebuah perusahaan melalui proses kegiatan yang berkesinambungan yang dimulai dari beberapa tahun perusahaan tersebut didirikan, sehingga dapat dilihat bahwa tanda adanya profitabilitas dari sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut tidak memiliki nilai. Sehingga pertumbuhan laba tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada saat menguji keseluruhan variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui pertumbuhan laba, hipotesis keempat diterima. Profitabilitas yang tinggi dapat memberikan manfaat yang tinggi bagi investor, perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi dapat menghasilkan keuntungan yang besar sehingga berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan.

Dari teori Hery (2017) jika profitabilitas naik maka nilai perusahaan akan meningkat begitupun sebaliknya, tetapi dilihat dari permasalahan penelitian dimana data awal profitabilitas mengalami penurunan dan nilai perusahaan mengalami kenaikan. Artinya

dari rasio keuangan setelah dilakukan analisis statistik ternyata permasalahan tidak terbukti tetapi sejalan dengan teori.

#### SIMPULAN

kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini yaitu di mana hasil analisis rasio keuangan, analisis statistik dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulannya adalah *Price To Book Value* (PBV) dengan profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan atau profitabilitas menjadi penentu sebuah nilai perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., Delvianti, D., & Bustari, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ 45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018). *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi*, 1(4), 315–325. <https://doi.org/10.31933/epja.v1i4.941>
- Agustin, O., Anwar, Y., & Bramana, S. M. (2023). Analisis Rasio Profitabilitas Terhadap Optimalisasi Laba Pada PT Grand Titian Residence. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 202–215. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9395>
- Alqurni, P., & Nindiasari, A. D. (2022). Kinerja Keuangan Pt. Sri Rejeki Isman Tbk. Ditinjau Berdasar Analisis Rasio Profitabilitas. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 259–265. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i1.1073>
- Anggraini, L., Wiryaningtyas, D. P., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2018-2020. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(7), 1361. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i7.2190>
- Brogi, M. (2019). Environmental, social, and governance and company profitability: Are financial intermediaries different? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(3), 576–587. <https://doi.org/10.1002/csr.1704>
- Chen, S. (2021). Pengaruh dari Perusahaan Ukuran, Profitabilitas, Dividen Kebijakan Devidendan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 04(08), 1559–1571. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i8-34>
- Cristóbal, J. (2018). Techno-economic and profitability analysis of food waste biorefineries

- at European level. *Bioresource Technology*, 259, 244–252.  
<https://doi.org/10.1016/j.biortech.2018.03.016>
- Cyntia, N., Utami, R., Bagus, I., Astika, P., Bebas, A. K., Perusahaan, N., & Bebas, K. (2024). *Profitabilitas, Arus Kas Bebas, dan Nilai Perusahaan*. 1053–1064.
- Flood, J. M. (2021). Financial Statement Disclosures Manual. In *Financial Statement Disclosures Manual*.  
[https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus\\_id/85178578428](https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus_id/85178578428)
- Harahap, S. S. (2020). Analisis Kritis Laporan Keuangan. In *Teori Akuntansi*. PT RAJAGRAFINDO PERSANDA.
- Hartanto, J., Namora, I., & Siregar, P. (2022). *Pengaruh Kebijakan Hutang, Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021*. 1(4), 166–174.
- Lientz, B. P. (2012). Manage IT as a business: How to achieve alignment and add value to the company. In *Manage IT as a Business: How to Achieve Alignment and Add Value to the Company*. <https://doi.org/10.4324/9780080479026>
- Noviyati, M., & Agustiniingsih, W. (2023). *Pengaruh Kinerja Keuangan, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Manufaktur Makanan dan*. 2(3), 289–308.
- O'Hare, J. (2016). Analysing Financial Statements for Non-Specialists, Second edition. In *Analysing Financial Statements for Non-Specialists, Second Edition*.  
<https://doi.org/10.4324/9781315630434>
- Putra As'ari, A. G., & Pertiwi, T. K. (2021). Rasio Fundamental Terhadap Pertumbuhan Laba: Variabel Moderasi Ukuran Perusahaan (Fundamental ratio on income growth: Variables of company size moderation). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(1), 261.  
<https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i1.382>
- Rahmadi, I. H., & Mutasowifin, A. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 279–294. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.183>
- Sheth, J. N. (2012). The 4 A's of marketing: Creating value for customer, company and society. In *The 4 A's of Marketing: Creating Value for Customer, Company and Society*. <https://doi.org/10.4324/9780203802168>
- Shi, W. (2018). Short seller influence on firm growth: A threat rigidity perspective. In

*Academy of Management Journal* (Vol. 61, Issue 5, pp. 1892–1919).  
<https://doi.org/10.5465/amj.2016.1010>

Thompson, M. (2018). Social capital, innovation and economic growth. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 73, 46–52.  
<https://doi.org/10.1016/j.socec.2018.01.005>

Zhou, G. (2022). Sustainable development, ESG performance and company market value: Mediating effect of financial performance. *Business Strategy and the Environment*, 31(7), 3371–3387. <https://doi.org/10.1002/bse.3089>