

Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Pariwisata Tahun 2020-2024

Analysis of The Effect Of Profitability, Liquidity, and Company Size On Company Value In The Tourism Sub-Sector In 2020-2024

Pandu Wijayadi^{a*}, Imronudin^b

Universitas Muhammadiyah Surakarta^{a,b}

^a b100210604@student.ums.ac.id, ^b imronudin@ums.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya nilai perusahaan sebagai indikator utama dalam menarik minat investor dan mencerminkan kinerja serta prospek perusahaan ke depan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi data panel dan pemilihan model Random Effect Model (REM). Sampel yang digunakan berjumlah 18 perusahaan, dengan total 90 data observasi yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh positif namun juga tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa ukuran perusahaan yang besar tidak selalu mencerminkan nilai yang tinggi, khususnya dalam konteks industri pariwisata pasca-pandemi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi manajer keuangan dan investor dalam mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di sektor pariwisata.

Keywords: Profitability, Liquidity, Company Size, Company Value.

Abstract

This study aims to analyze the influence of profitability, liquidity, and company size on firm value in tourism sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2020–2024 period. The background of this study is based on the importance of firm value as a key indicator in attracting investor interest and reflecting a company's performance and future prospects. This study uses a quantitative approach with panel data regression analysis and the selection of the Random Effects Model (REM). The sample used was 18 companies, with a total of 90 observational data obtained from annual financial reports. The results show that profitability has a negative but insignificant effect on firm value. Liquidity has a positive but also insignificant effect on firm value. Meanwhile, firm size has a negative and significant effect on firm value. These findings imply that large company size does not always reflect high value, especially in the context of the post-pandemic tourism industry. This study is expected to serve as a reference for financial managers and investors in evaluating factors influencing firm value in the tourism sector.

Kata Kunci: Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.

1. Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan sektor perekonomian yang terus didorong oleh pemerintah Indonesia mengingat banyaknya destinasi wisata dan minat wisatawan lokal atau mancanegara dalam melakukan perjalanan wisata di Indonesia. Terdapat ratusan bahkan ribuan destinasi wisata di seluruh Indonesia yang dikembangkan sebagai daerah wisata untuk menarik minat wisatawan berkunjung (Zaki et al., 2020). Wisata alam merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan, terlebih kondisi

geografis di Indonesia yang terdapat wilayah dataran rendah hingga dataran tinggi memunculkan wisata alam yang eksotis (Deska et al., 2022). Dalam rentang waktu 2018-2021 negara-negara di dunia sempat mengalami fase pandemi *covid-19* yang menyebabkan lesunya sektor ekonomi, salah satunya sektor pariwisata. Hal ini disebabkan adanya pembatasan sosial skala besar yang terjadi di beberapa negara, termasuk negara Indonesia. Dalam rentang waktu 2017 hingga 2019 sektor pariwisata mengalami peningkatan, namun di tahun 2020 anjlok drastis sebesar 72,65% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini tidak terlepas dari pembatasan kegiatan sosial oleh pemerintah. Menurut data statistik yang dihimpun dari website kemenparekraf Indonesia di tahun 2021 terjadi kenaikan dan penurunan jumlah wisatawan lokal dan mancanegara di tiap bulannya. Hal ini dikarenakan kondisi pandemi yang belum sepenuhnya hilang sehingga terjadi perubahan jumlah wisatawan tiap bulannya (kemenparekraf.go.id, 2021).

Rasio *Profitabilitas* merupakan rasio sejauh mana perusahaan dapat memperoleh keuntungan (Novtaviani & Oetomo, 2019). Hal ini erat kaitannya dengan strategi bisnis yang diterapkan perusahaan dalam mencari keuntungan untuk menjaga neraca keuangan perusahaan tetap sehat dan dapat menjalankan operasional perusahaan secara berkelanjutan. Rasio profitabilitas biasanya diukur dengan *return on asset* (ROA). *Return On Asset* (ROA) merupakan salah satu bentuk dari rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang ada. *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau laba pada tingkat pendapatan, aset dan modal saham tertentu (Price et al., 2020). Likuiditas, di sisi lain, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi umumnya dianggap lebih mampu menghadapi ketidakpastian ekonomi. Namun demikian, tingkat likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat menunjukkan ketidakefisienan dalam penggunaan aset, yang bisa berimbas negatif pada persepsi investor terhadap nilai Perusahaan (Komalasari & Yulazri, 2023).

Rasio *likuiditas* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang telah jatuh tempo (Andriani & Rudianto, 2019). Rasio *likuiditas* yang biasa dipakai dalam berbagai penelitian adalah rasio lancar (*current ratio*). *Current ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar (Darmawan et al., 2020). Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada Perusahaan. Ukuran perusahaan juga menjadi salah satu variabel yang relevan dalam memengaruhi nilai Perusahaan (Nugraha, 2020). Perusahaan dengan skala besar biasanya memiliki akses yang lebih luas terhadap pembiayaan, sumber daya manusia yang lebih kompeten, dan daya saing yang lebih tinggi.

Ukuran perusahaan dianggap dapat pula mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan

memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan Perusahaan (Wulandari et al., 2023). Menurut Dewi, (2021) perusahaan besar memiliki saham yang sangat luas, tetapi akan membuat saham kurang terkontrol atau didominasi oleh pihak tertentu. Di sisi lain, saham yang dimiliki oleh perusahaan kecil hanya didistribusikan di daerah kecil. Perusahaan besar cenderung mengambil risiko dalam menjual saham mereka untuk mempertahankan kebutuhan pertumbuhan penjualan. Beberapa penelitian sebelumnya telah mencoba mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, namun hasilnya masih menunjukkan inkonsistensi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Novianti et al., (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Johannes & Jonnardi, (2024) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Dari berbagai penelitian di atas, terlihat

2. Tinjauan Pustaka

Profitabilitas

Kasmir (2016:196) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Alfitri & Sitohang, 2018). Profitabilitas merupakan hal yang penting dalam perusahaan. Sudah pada umumnya setiap perusahaan pasti ingin mencari laba sebanyak-banyaknya (Lubis et al., 2017). Memaksimalkan nilai bagi perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kekayaan pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Profitabilitas sendiri juga akan sangat berpengaruh terhadap pendanaan yang dikeluarkan perusahaan dan juga sumber pendanaan (Hasan & Dana, 2018). Tingginya profitabilitas yang dimiliki perusahaan mengakibatkan perusahaan lebih banyak menggunakan pendanaan dari dalam perusahaan, karena jika profitabilitas semakin tinggi, maka perusahaan dapat menyediakan laba ditahan dalam jumlah yang lebih besar, sehingga penggunaan hutang dapat ditekan (Luqman & Hakim, 2018).

Dalam penelitian ini indikator rasio profitabilitas yang digunakan adalah ROA. *Return on Assets* (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh laba secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dari segi penggunaan asset (Indriani & Wahyono, 2021). Rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari berbagai kebijakan dan keputusan yang telah diambil. Rasio ini merupakan salah satu yang digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan yakni dengan membagi laba bersih dengan rata-rata total aktiva. Rata-rata total aktiva diperoleh dari total aktiva pada awal tahun ditambah dengan total aktiva akhir tahun kemudian dibagi dua (Khamisah et al., 2020). *Return on Assets* (ROA) adalah rasio keuangan perusahaan yang mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*return*)

dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Shenurti et al., 2022). Semakin besar nilai ROA, maka menunjukkan pengelolaan aset yang baik oleh perusahaan untuk memperoleh laba, dengan meningkatnya nilai ROA profitabilitas dari perusahaan semakin meningkat. *Return on Assets* (ROA) merupakan indikator yang menilai kemampuan bank untuk memperoleh keuntungan atau laba dari beberapa aset yang dimiliki bank (Darmawan et al., 2020).

Likuiditas

Menurut Harahap, (2004) rasio likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban finansial jangka pendeknya. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu untuk memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo (Rachmawati, 2021). Menurut Darmawan et al., (2020) berpendapat bahwa likuiditas itu berfungsi sebagai penyeimbang antara aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Pada satu sisi perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi memiliki tingkat kemampuan membayar kewajiban jangka pendek yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki likuiditas rendah. Namun disisi lain, terlalu tinggi likuiditas suatu perusahaan juga tidak baik. Jika perusahaan terlalu banyak menginvestasikan asetnya pada aktiva lancar maka perusahaan tidak dapat memaksimalkan modal tersebut untuk bisa dirubah menjadi profit bagi perusahaan (Pandeiro & Sumanti, 2021).

Rasio Likuiditas erat hubungannya dengan struktur modal dan nilai perusahaan. Rasio likuiditas erat kaitannya dengan struktur modal dan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang baik umumnya lebih dipercaya oleh pihak eksternal seperti supplier, karena kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu mencerminkan kesehatan keuangan. Likuiditas yang tinggi memberikan keyakinan kepada supplier bahwa perusahaan mampu membayar utang dagangannya, sehingga dapat memperlancar hubungan bisnis dan operasional Perusahaan (Chasanah & Sucipto, 2019). *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Cash Ratio* adalah indikator yang digunakan untuk mengukur rasio likuiditas. Dalam penelitian ini indikator rasio likuiditas yang digunakan adalah *current ratio* (CR). Menurut Munawir, (2007:72) *Current Ratio* adalah perbandingan antara jumlah aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini juga sebagai alat ukur solvabilitas jangka pendek. *Current Ratio* dapat dijadikan sebagai dasar perhitungan dari likuiditas jangka pendek yang paling utama karena *Current Ratio* yang tinggi akan menunjukkan nilai yang baik bagi investor (Widyawati & Ningtyas, 2022). Menurut Brigham & Houston, (2006) *Current Ratio* adalah indikator terbaik untuk mengetahui sejauh mana klaim dari kreditur jangka pendek dapat ditutup dengan aktiva yang duharapkan dapat segera diubah menjadi kas.

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan gambaran mengenai besar kecilnya suatu Perusahaan yang ditunjukkan dalam bentuk total aktiva, jumlah penjualan dan rata-rata penjualan (Suryani & Purbohastuti, 2020). Ukuran perusahaan (*Firm Size*) adalah sebuah konsep yang merujuk pada besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan berbagai metrik atau parameter tertentu. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan

berbagai cara, tergantung pada konteks dan tujuan analisis. Beberapa ukuran yang umum digunakan meliputi total pendapatan, jumlah karyawan, nilai aset, kapitalisasi pasar, dan pangsa pasar (Putra & Wahyuni, 2019). Total pendapatan menunjukkan jumlah uang yang dihasilkan oleh perusahaan dari penjualan barang dan jasa selama periode tertentu. Jumlah karyawan mengukur skala operasi perusahaan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan.

Nilai aset mencakup total aset yang dimiliki perusahaan, baik aset tetap seperti properti dan peralatan, maupun aset lancar seperti kas dan persediaan. Kapitalisasi pasar adalah ukuran nilai pasar perusahaan publik, dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar. Pangsa pasar mengukur persentase penjualan industri yang dikuasai oleh perusahaan (Davinda et al., 2021). Ukuran perusahaan mempengaruhi berbagai aspek bisnis. Perusahaan besar seringkali memiliki keunggulan dalam skala ekonomi, memungkinkan mereka memproduksi barang dengan biaya per unit yang lebih rendah dan memiliki akses lebih baik ke sumber daya finansial, teknologi, dan pasar global. Namun, mereka juga menghadapi tantangan seperti kompleksitas manajemen yang lebih tinggi dan potensi birokrasi. Di sisi lain, perusahaan kecil mungkin lebih fleksibel dan inovatif, tetapi mungkin terbatas dalam sumber daya dan skala operasi (Sulasih et al., 2021).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah total nilai ekonomi dari sebuah perusahaan, mencerminkan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa depan (Wulandari et al., 2023). Nilai ini tidak hanya didasarkan pada aset fisik atau finansial yang dimiliki perusahaan, tetapi juga pada potensi pertumbuhan, inovasi, kekuatan merek, manajemen, dan posisi kompetitif di industri (Dewi, 2021). Nilai perusahaan merujuk pada total nilai ekonomi dari sebuah perusahaan dan merupakan ukuran penting dalam mengevaluasi kinerja dan potensi perusahaan tersebut di pasar. Nilai ini mencerminkan persepsi investor terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa depan. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan meliputi kinerja keuangan, prospek pertumbuhan, manajemen, dan kondisi industri serta ekonomi secara keseluruhan (Rivandi & Petra, 2022). Nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa indikator keuangan seperti *Tobin's Q*, *Price to Book Value* (PBV), serta total kapitalisasi pasar yang diperoleh dari mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga saham. Semakin tinggi nilai *Tobin's Q* atau PBV, maka semakin tinggi pula persepsi pasar terhadap prospek perusahaan di masa depan.

Menurut Komalasari & Yulazri, (2023), nilai perusahaan menunjukkan pengaruh upaya manajemen terhadap persepsi investor terhadap bisnis. Tanjung & Fuadati, (2023) mengasumsikan bahwa transaksi jual beli efek antara penjual/penerbit dan investor benar-benar terjadi di pasar modal, dan pembentukan harga di pasar merupakan titik temu stabilitas antara kekuatan permintaan dan penawaran. Akibatnya, setiap bisnis akan selalu berusaha meningkatkan nilainya dengan menaikkan harga sahamnya. Nilai perusahaan juga akan naik seiring dengan harga saham (Suryani & Purbohastuti, 2020). Setiap investor yang memasukkan uang ke dalam perusahaan mengharapkan nilai yang tinggi bagi perusahaan. karena kinerja yang baik dan kemakmuran tercermin dari nilai perusahaan yang tinggi. Karena

dividen yang dibagikan juga lebih tinggi, hal ini berpotensi mendongkrak kekayaan pemegang saham. Tingginya nilai organisasi merupakan hasil dari organisasi, karena jika tinggi maka kemakmuran pemilik organisasi juga akan tinggi.

Construct Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu indikator kinerja keuangan yang paling penting bagi investor dalam menilai prospek suatu Perusahaan (Komalasari & Yulazri, 2023). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya, sehingga dapat memberikan keyakinan kepada investor akan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan di masa depan (Ndruru et al., 2020). Dengan demikian, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi umumnya dipersepsikan memiliki risiko yang lebih rendah dan potensi pengembalian yang lebih tinggi, yang pada akhirnya akan meningkatkan minat investor dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal (*signaling theory*), profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal positif bagi pasar bahwa perusahaan dikelola secara efisien dan memiliki prospek pertumbuhan yang baik (Ferdila et al., 2023). Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Petra, (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan indikator penting yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancar yang dimiliki (Nugraha, 2020). Tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan stabilitas keuangan perusahaan serta kemampuannya dalam menghadapi risiko keuangan jangka pendek, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. Kondisi likuiditas yang sehat memberikan sinyal positif bahwa perusahaan dikelola secara hati-hati dan bertanggung jawab dalam menjaga keseimbangan antara aset dan kewajiban (Tanjung & Fuadati, 2023). Berdasarkan teori signaling dan persepsi investor terhadap risiko, likuiditas yang baik dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata pasar, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati, (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

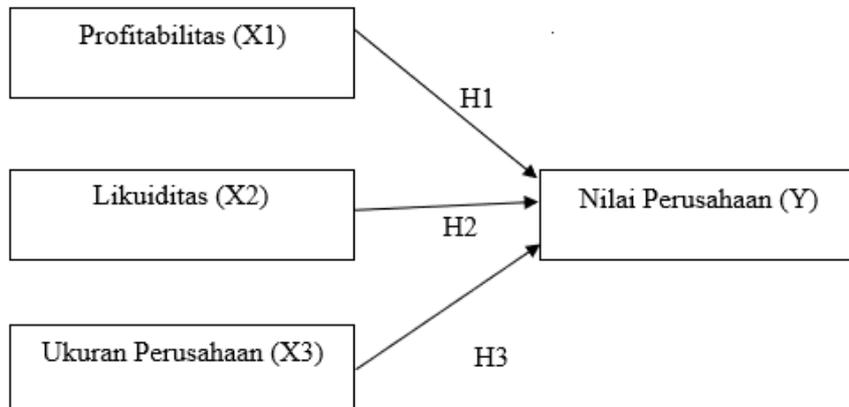
H2 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan sering kali dijadikan indikator untuk menilai tingkat kemapanan dan kekuatan suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya (Rivandi & Petra, 2022). Perusahaan dengan ukuran yang besar umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan, memiliki struktur organisasi yang lebih stabil, serta mampu menghadapi tekanan pasar dengan lebih baik. Selain itu, perusahaan yang lebih besar juga cenderung memiliki pangsa pasar yang lebih luas dan kepercayaan yang lebih tinggi dari investor dan kreditor. Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi pasar terhadap prospek

keberlanjutan dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai di masa depan. Berdasarkan teori signaling dan *resource-based view*, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula peluang perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya (Nugraha, 2020). Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Suryani & Purbohastuti, (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dimana metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil sampel data di website Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023, jenis data penelitian ini adalah data *time series* atau hanya sekali dikumpulkan berdasarkan runtutan waktu.

Populasi

Populasi merupakan semua objek dalam penelitian baik itu manusia, gejala, nilai dan kejadian menjadi sebuah acuan data dengan kualitas dan karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh penelitian untuk bisa dipelajari dan diambil kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sub sektor Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan sumber data dalam penelitian yang menjadi perwakilan karakteristik dari seluruh populasi. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut yaitu :

1. Perusahaan yang terdaftar dalam perusahaan sektor pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Perusahaan sektor pariwisata yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan untuk periode yang berakhir 31 Desember selama periode 2020-2024.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data laporan keuangan perusahaan pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan 2020-2024 yang diperoleh dari BEI dan website www.idx.co.id.

Definisi Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Profitabilitas

Kasmir (2016:196) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Alfitri & Sitohang, 2018).

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Likuiditas

Menurut Harahap, (2004) rasio likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban finansial jangka pendeknya. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu untuk memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo (Rachmawati, 2021).

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan gambaran mengenai besar kecilnya suatu Perusahaan yang ditunjukkan dalam bentuk total aktiva, jumlah penjualan dan rata-rata penjualan (Suryani & Purbohastuti, 2020). Ukuran perusahaan (*Firm Size*) adalah sebuah konsep yang merujuk pada besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan berbagai metrik atau parameter tertentu. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, tergantung pada konteks dan tujuan analisis. Beberapa ukuran yang umum digunakan meliputi total pendapatan, jumlah karyawan, nilai aset, kapitalisasi pasar, dan pangsa pasar (Putra & Wahyuni, 2019).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log Natural Total Asset}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah total nilai ekonomi dari sebuah perusahaan, mencerminkan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa depan (Wulandari et al., 2023). Nilai ini tidak hanya didasarkan pada aset fisik atau finansial yang dimiliki perusahaan, tetapi juga pada potensi pertumbuhan, inovasi, kekuatan merek, manajemen, dan posisi kompetitif di industri (Dewi, 2021). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan ditentukan dengan menggunakan Tobin's Q yang rumus perhitungannya adalah sebagai berikut (Sri Mariyatni, 2017) :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Metode Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data panel, yaitu gabungan antara data cross section dan time series, di mana unit cross section yang sama diamati pada waktu berbeda (Sunengsih, 2009). Analisis regresi panel dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas menggunakan software EViews. Model yang digunakan meliputi: (1) Statistik Deskriptif yang menyajikan nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi; (2) Uji Pemilihan Model yang mencakup Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM), dengan pemilihan model berdasarkan uji Chow dan Hausman. Jika probabilitas uji Chow < 0,05 maka FEM dipilih; sedangkan jika probabilitas uji Hausman < 0,05 maka FEM lebih tepat, dan jika > 0,05 maka digunakan REM. (3) Uji Asumsi Klasik digunakan untuk memastikan kelayakan data regresi, meliputi uji normalitas dengan Jarque-Bera (signifikansi > 0,05 menunjukkan residual normal), uji multikolinearitas menggunakan correlation matrix atau VIF (korelasi > 0,80–0,90 menunjukkan indikasi multikolinearitas), serta uji heteroskedastisitas dan autokorelasi (Sinaga, 2014). (4) Uji Hipotesis meliputi uji F dan uji t untuk mengukur pengaruh simultan dan parsial variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan signifikansi < 0,05 menunjukkan pengaruh signifikan. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas, di mana R^2 mendekati 1 menunjukkan prediksi yang kuat (Ghozali, 2018).

4. Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini akan membahas pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan sub sektor Pariwisata tahun 2020-2024. Dalam penelitian ini memiliki 90 data dari 18 perusahaan pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024. Proses analisis ini dilakukan dengan analisis regresi data panel menggunakan aplikasi Eviews.

Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini terdapat sampel 18 perusahaan dengan 90 data yang merupakan perusahaan sub sektor pariwisata dari tahun 2020-2024. Deskripsi statistik dalam penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai jumlah data yang akan digunakan dalam penelitian dan dapat menunjukkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), serta standar deviasi dari masing-masing variabel yang akan diteliti. Adapun hasil dari analisis statistik deskriptif ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Deskriptif Statistik				
	N	MIN	MAX	Mean	Std.Deviation
Profitabilitas	90	-0,443	0,242	-0.024	0,082
Likuiditas	90	0,308	114,673	3,596	12,130
Ukuran Perusahaan	90	24,780	29,536	27,117	1,151
Nilai Perusahaan	90	0,121	13,409	2,172	2,483

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, diperoleh gambaran umum mengenai karakteristik data dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan pada sub sektor pariwisata selama tahun 2020–2024 dengan jumlah observasi sebanyak 90 data. Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -0,443 dan maksimum sebesar 0,242, dengan rata-rata (mean) sebesar -0,024 dan standar deviasi sebesar 0,082. Variabel likuiditas memiliki rentang nilai yang sangat lebar, yaitu minimum 0,308 dan maksimum 114,673, dengan rata-rata sebesar 3,596 dan standar deviasi yang cukup tinggi, yaitu 12,130. Untuk ukuran perusahaan, nilai minimum adalah 24,780 dan maksimum 29,536 dengan nilai rata-rata sebesar 27,117 dan standar deviasi sebesar 1,151. Sedangkan pada variabel nilai perusahaan, nilai minimum adalah 0,121 dan maksimum 13,409 dengan rata-rata sebesar 2,172 dan standar deviasi sebesar 2,483.

Analisis Regresi Data Panel Estimasi Pemilihan Model

Pemilihan model estimasi panel yang tepat sangat penting agar hasil analisis lebih akurat dan valid. Terdapat tiga pendekatan utama dalam analisis regresi data panel, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Untuk menentukan model mana yang paling tepat digunakan, dilakukan beberapa tahap uji pemilihan model yaitu uji Chow dan uji Hausman.

Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk menentukan model terbaik antara FEM dan REM. Jika nilai probabilitas χ^2 lebih dari 0,05; maka REM lebih layak digunakan. Sebaliknya, jika probabilitas χ^2 kurang dari 0,05; maka FEM dianggap lebih sesuai untuk estimasi data panel.

Tabel 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	3,105	3	0,375

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan hasil Uji Hausman dalam Tabel 2, model yang paling tepat digunakan adalah *Random Effect Model* (REM) karena nilai p-value lebih besar dari 0,05 yaitu 0,375 > 0,05. Artinya, efek individual tidak berkorelasi dengan variabel independen, sehingga Random Effect lebih efisien dan tidak bias.

Estimasi Model

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka model estimasi regresi data panel yang dipilih adalah *Random Effect Model* (REM). Berikut hasil analisis regresi data panel:

Tabel 3. Hasil Uji *Random Effect Model* (REM)

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	35,467	6,685	5,305	0,000
Profitabilitas	-1,089	2,594	-0,419	0,675
Likuiditas	3,900	0,017	0,002	0,998
Ukuran Perusahaan	-1,228	0,246	-4,994	0,000

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3, dapat dijelaskan bahwa konstanta (intersep) sebesar 35,467 menunjukkan bahwa nilai perusahaan saat semua variabel independen bernilai nol adalah sebesar 35,467. Profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar -1,089, yang berarti setiap kenaikan 1 satuan profitabilitas akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 1,089 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Likuiditas memiliki koefisien sebesar 3,900, artinya setiap kenaikan 1 satuan pada likuiditas diperkirakan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 3,900 satuan. Sementara itu, ukuran perusahaan memiliki koefisien sebesar -1,228, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada ukuran perusahaan diperkirakan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 1,228 satuan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan dalam menguji apakah model regresi, residu dari persamaan regresi tersebut memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan Uji *Jarque Bera*. Berikut ini tabel hasil dari uji normalitas melalui Uji *Jarque Bera* :

Tabel 4. Uji Normalitas

	Nilai <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	Keterangan
<i>Prob.</i>	0,189	Normal

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan dari Uji *Jarque Bera* menunjukkan nilai signifikan dengan nilai *kolmogorov-smirnov* 0,189 yaitu lebih besar dari pada 0,05 yang berarti hasil ini membuktikan bahwa variabel dalam penelitian ini mempunyai sebaran data yang normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam EViews bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan linear yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Jika variabel-variabel bebas saling berkorelasi tinggi, maka koefisien regresi yang dihasilkan bisa menjadi tidak stabil, interpretasi antar variabel menjadi membingungkan, dan nilai standard error menjadi besar. uji multikolinearitas biasanya dilakukan dengan melihat nilai *correlation matrix* antar variabel independen atau menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Korelasi antar variabel independen yang melebihi 0,80 atau 0,90 dapat mengindikasikan adanya multikolinearitas tinggi.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Profitabilitas	Likuiditas	Ukuran Perusahaan
Profitabilitas	1	0,089	0,128
Likuiditas	0,089	1	-0,030

Ukuran Perusahaan	0,128	-0,030	1
----------------------	-------	--------	---

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi ini. Hal ini terlihat dari nilai korelasi antar variabel independen, yaitu profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, yang seluruhnya berada di bawah angka 0,80. Nilai korelasi tertinggi tercatat antara variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas sebesar 0,128, yang masih tergolong sangat rendah. Jadi, ketiga variabel bebas dalam model ini tidak saling berkorelasi secara kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam EViews dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini biasanya dilakukan melalui analisis terhadap nilai probabilitas (Prob.) dari masing-masing variabel bebas yang diperoleh dari output regresi *Random Effect Model* (REM). Jika nilai probabilitas suatu variabel lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Random Effect Model* (REM).

Tabel 6. Hasil Regresi *Random Effect Model* (REM)

Variabel	Koefisien Regresit-Statistic	Prob.
C	35,467	5,305 0,000
Probabilitas	-1,089	-0,419 0,675
Likuiditas	3,900	0,002 0,998
Ukuran Perusahaan	-1,228	-4,994 0,000
R-squared	0,229	
Adjusted R-squared	0,203	
F-statistic	8,562	
Prob (F-statistic)	0,000	

Uji Koefisien Determinan (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) adalah salah satu alat statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dalam suatu model regresi. Nilai R² berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin baik model regresi dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4.7 nilai *R-Square* yang didapat adalah 0,229 (22,9%) hal ini berarti 22,9% variasi Nilai Perusahaan disebabkan oleh variasi Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan 77,1% lainnya disebabkan oleh variabel lain di luar model ini.

Uji Ketepatan Model (F)

Uji ketepatan model atau uji F digunakan untuk menilai variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F ditampilkan dalam bentuk nilai F-statistic dan probabilitas (Prob. F-statistic). Jika nilai probabilitas tersebut kurang dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (misalnya 0,05), maka H_0 ditolak, yang berarti model regresi secara keseluruhan signifikan atau layak digunakan.

Berdasarkan hasil pada Tabel 6, diketahui bahwa nilai F-statistic sebesar 8,562 dengan nilai Prob (F-statistic) sebesar 0,000. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi secara simultan signifikan. Artinya, variabel-variabel independen yang terdiri dari profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model ini.

Uji t (Uji Hipotesis)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (bebas) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Hasil uji t ditunjukkan pada kolom t-Statistic dan Prob. untuk masing-masing variabel. Jika Prob. $< 0,05$, maka variabel tersebut secara signifikan memengaruhi variabel dependen. Sebaliknya, jika Prob. $> 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel tersebut secara parsial.

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 6, dapat dijelaskan bahwa :

- a) Nilai koefisien regresi sebesar -1,089 menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memiliki nilai t-statistic sebesar -0,419 dan Prob. 0,675 ($0,675 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Artinya, profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap nilai perusahaan.
- b) Nilai koefisien regresi sebesar 3,900 menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Likuiditas memiliki nilai t-statistic sebesar 0,002 dan Prob. 0,998 ($0,998 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Artinya, likuiditas tidak memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap nilai perusahaan.
- c) Nilai koefisien regresi sebesar -1,228 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan memiliki nilai t-statistic sebesar -4,994 dan Prob. 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut adalah signifikan secara statistik. Artinya, ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t dalam analisis regresi, variabel profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar -1,089 dengan probabilitas 0,675, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun profitabilitas merupakan indikator penting kinerja perusahaan, dalam konteks penelitian ini, laba yang dihasilkan tidak cukup untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini mungkin

disebabkan oleh anggapan investor bahwa laba tidak didukung oleh pertumbuhan jangka panjang atau efisiensi manajemen keuangan, sehingga tidak meningkatkan persepsi terhadap nilai perusahaan. Selain itu, fokus berlebihan pada laba jangka pendek dapat mengabaikan investasi jangka panjang, yang justru menurunkan daya tarik perusahaan di mata investor.

Hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferdila et al., (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan karena mencerminkan efisiensi dan potensi laba yang stabil. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Utami & Widati, (2022) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t dalam analisis regresi, variabel likuiditas memiliki koefisien regresi sebesar 3,900 dengan probabilitas 0,998, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, dan secara teori, semakin tinggi likuiditas seharusnya meningkatkan kepercayaan investor. Namun, dalam penelitian ini, tingginya likuiditas tidak cukup kuat memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh anggapan bahwa likuiditas yang terlalu tinggi mencerminkan kurangnya efisiensi dalam pengelolaan aset, karena dana yang seharusnya diinvestasikan justru disimpan dalam bentuk aset lancar yang berimbang hasil rendah. Pada sektor pariwisata yang padat modal dan berisiko, hal tersebut mungkin tidak dianggap sebagai sinyal positif oleh investor. Hasil penelitian ini didukung oleh Tanjung & Fuadati, (2023) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Utami & Widati, (2022) yang menemukan bahwa likuiditas berpengaruh negatif namun signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t dalam analisis regresi, variabel ukuran perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar -1,228 dengan probabilitas 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, nilai perusahaan justru cenderung menurun secara signifikan. Meskipun perusahaan besar umumnya memiliki akses pembiayaan yang lebih luas, skala ekonomi, dan stabilitas operasional, hal ini tidak selalu diartikan sebagai keunggulan. Ukuran yang besar dapat menimbulkan inefisiensi manajerial, birokrasi kompleks, dan tingginya biaya operasional, yang menurunkan persepsi positif investor. Selain itu, selama periode 2020–2024, perusahaan besar di sektor pariwisata cenderung menghadapi tekanan operasional lebih berat dibanding perusahaan kecil yang lebih adaptif. Akibatnya, ekspansi skala perusahaan tanpa diiringi efisiensi dan profitabilitas dianggap kurang

menarik oleh investor. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Nugraha, (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini didukung oleh Putra & Wahyuni, (2019) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis pertama ditolak. Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis kedua diterima, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis ketiga ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak semua indikator keuangan memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan, dan penting bagi manajemen untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat menurunkan nilai perusahaan meskipun secara umum dianggap sebagai indikator pertumbuhan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya hanya menggunakan data sekunder dari laporan keuangan perusahaan sub sektor pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga tidak mewakili perusahaan non-publik atau sektor pariwisata informal. Variabel independen yang digunakan juga terbatas pada profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, tanpa mempertimbangkan faktor lain yang mungkin berpengaruh seperti leverage, struktur modal, atau kondisi makroekonomi. Selain itu, pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif tanpa mempertimbangkan pendekatan kualitatif yang dapat memberikan pemahaman lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan perusahaan di luar BEI, menambahkan variabel-variabel lain yang relevan, serta menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif (mixed method) guna menggali secara lebih menyeluruh faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, termasuk strategi manajerial dan persepsi investor.

6. Daftar Pustaka

- Alfitri, I. D., & Sitohang, S. (2018). Pengaruh Rasio Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol 7*(No 6), 1-17.
- Andriani, P. R., & Rudianto, D. (2019). Pengaruh Tingkat Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Tercatat Di Bei (Bei) Periode 2010-2017. *Management, and Industry (JEMI), 2*(1), 48-60.
- Chasanah, N., & Sucipto, A. (2019). Liquidity Ratio, Profitability, And Solvency On Stock Returns With Capital Structure As An Intervening Variable (Study On Food And Beverage Sub Sector Listed In Indonesia Stock Exchange (Idx) Period 2013-2017). *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 3*(1), 52-68. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1476>
- Darmawan, A., Al Fayed, Y. F., Bagis, F., & Pratama, B. C. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Umur Obligasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Peringkat

- Obligasi Pada Sektor Keuangan Yang Terdapat Di Bei Tahun 2015-2018. *DERIVATIF: Jurnal Manajemen*, 14(1). <https://doi.org/10.24127/jm.v14i1.443>
- Davinda, R., Mukhzarudfa, M., & Zulma, G. W. M. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Pengungkapan Modal Manusia Terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 526–534. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.409>
- Deska, E. P., Hady, H., & Yenni, Z. (2022). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Pemediasi. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(3), 240–250. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.171>
- Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854–1866. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i07.p19>
- Ferdila, F., Mustika, I., & Martina, S. (2023). Pengaruh Firm Size, Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Owner*, 7(4), 3274–3284. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1883>
- Hasan, D. A., & Dana, I. M. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Maturity dan Jaminan Terhadap Peringkat Obligasi Tertinggi Pada Sektor Keuangan di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(2), 643. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i02.p04>
- Indriani, A. D., & Wahyono, W. (2021). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, Komite Audit, dan Opini Audit Terhadap Audit Report Lag. *Seminar Nasional & Call for Paper Hubisintek*, 8(2), 135–144.
- Johanes, J., & Jonnardi. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran perusahaan, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 6(1), 496–506.
- kememparekraf.go.id. (2021). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2021*. Kememparekraf.Go.Id. <https://kememparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2021?utm>
- Khamisah, N., Nani, D. A., & Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Non Performing Loan (NPL) , BOPO dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return On Assets (ROA) Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 3(2), 18. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.836>
- Komalasari, D. N., & Yulazri, Y. (2023). Pengaruh Pengungkapan Likuiditas, Solvabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 6(2), 470–479. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i2.670>
- Lidya, K., & Efendi, D. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial dan Free Cash Flow Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(7), 1–16.
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Sruktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 458–465. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.458>
- Luqman, & Hakim, S. (2018). Determinant Profitability and Implications on the Value of the Company : Empirical Study on Banking Industry in IDX. *International*

- Journal of Economics and Financial Issues*, 8(1), 205–216. <http://www.econjournals.com>
- Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihaloho, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh likuiditas, Leverage, Dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017. *MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 2621–5306.
- Novianti, M., Abbas, D. S., & Aulia, T. Z. (2023). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 56–66. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2276>
- Novtaviani, R., & Oetomo, H. W. (2019). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Intellectual Capital Terhadap Peringkat Obligasi Perbankan di BEI. *Akuntansi Keuangan*, 10(5), 1–13.
- Nugraha, R. A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014 – 2018). *Jurnal Mirai Management*, Volume 5(2), 370–377. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/627/351>
- Pandeirot, L. B., & Sumanti, E. R. (2021). Likuiditas Dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Asean+3. *Bisnis Dan Akuntansi*, 23(2), 229–242.
- Price, D. A. N., Book, T. O., Terhadap, V., & Saham, H. (2020). Pengaruh Return on Assets, Return on Equity, Earning Per Share Dan Price To Book Value Terhadap Harga Saham. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, 5(1), 33–49. <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i1.377>
- Putra, S. A., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Semen Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(1), 1–18.
- Rachmawati, D. (2021). Analisis Rasio Likuiditas Dan Solvabilitas Untuk Mengukur Kinerja Perusahaan Sektor Penerbangan Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2), 2013–2028.
- Rivandi, M., & Petra, B. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2571–2580.
- Shenurti, E., Erawati, D., & Nur Kholifah, S. (2022). Analisis Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE) dan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 01–10. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.539>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Sulasih, N. L. M. H., Novitasari, N. L. G., & Widhiastuti, N. L. P. (2021). Pengaruh Rasio Leverage, Rasio Pasar, Rasio Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Karya Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 158–167.
- Suryani, E., & Purbohastuti, A. W. (2020). Ukuran Perusahaan atas Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 13(2), 256. <https://doi.org/10.35448/jrat.v13i2.9226>
- Syahadatina, F., & Suwitho. (2021). Pengaruh Size dan Pandemi Covid-19 Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Oleh Leverage. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(8), 1–15.

- Tanjung, Y. R., & Fuadati, S. R. (2023). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(7), 2097–2102. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i7.440>
- Utami, C. N., & Widati, L. W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(1), 885–893. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.682>
- Widyawati, N. L., & Ningtyas, M. N. (2022). Analysis of Financial Performance and Share Performance Before and After the Covid-19 Pandemic on the Idx. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 292–307. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.1029>
- Wulandari, T., Pratiwi, L. N., Ruhana, N., & Pakpahan, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan: Komparasi Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), 425–435. <https://doi.org/10.35313/jaief.v3i2.3851>
- Zaki, W. S., Sukesti, F., Alwiyah, & Sinarasri, A. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Financial Distress (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1063–1073.