

Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai *Intervening*

Anasya Risquita^{1*}, Desi Ika²

¹⁻² Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Harapan Medan, Indonesia

*Penulis korespondensi: anasyarisquita97@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine the effect of liquidity, company growth, and company size on firm value, with profitability as a mediating variable. These three independent variables are seen as internal factors that, theoretically, can influence firm value, both directly and indirectly through financial performance. This study employs a quantitative approach, using multiple linear regression analysis, path analysis, and Sobel tests to examine the mediation effect. The results show that liquidity has a significant effect on profitability, while growth and company size do not have a significant impact. Furthermore, the findings indicate that liquidity, growth, and company size do not directly affect firm value. However, profitability was found to significantly influence firm value and can mediate the relationship between liquidity and firm value. In contrast, profitability does not mediate the effect of growth or company size on firm value. These findings contribute to understanding the importance of profitability as a factor influencing firm value and provide insights into how internal company factors affect financial performance and firm value.*

Keywords: *Firm Growth; Firm Size; Firm Value; Liquidity; Profitability*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Ketiga variabel independen tersebut dipandang sebagai faktor internal yang secara teoritis dapat memengaruhi nilai perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kinerja keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan analisis regresi linier berganda, analisis jalur (path analysis), serta uji Sobel untuk menguji efek mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan dan ukuran perusahaan tidak menunjukkan dampak yang signifikan. Selanjutnya, hasil menunjukkan bahwa likuiditas, pertumbuhan, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Namun, profitabilitas terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan dapat memediasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Sebaliknya, profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh pertumbuhan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini memberikan kontribusi dalam memahami pentingnya profitabilitas sebagai faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, serta memberikan wawasan terkait pengaruh internal perusahaan terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Kata kunci: Likuiditas; Nilai Perusahaan; Pertumbuhan Perusahaan; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan

1. LATAR BELAKANG

Transformasi sistem perpajakan global dalam dua dekade terakhir menunjukkan pergeseran paradigma dari sekadar pemungutan pajak menuju optimalisasi kepatuhan berbasis manajemen risiko dan efisiensi fiskal perusahaan, seiring meningkatnya transparansi, digitalisasi administrasi pajak, serta harmonisasi kebijakan perpajakan lintas yurisdiksi. Negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, menempatkan pajak sebagai instrumen utama pembiayaan pembangunan nasional melalui reformasi regulasi yang berorientasi pada perluasan basis pajak dan peningkatan kepatuhan sukarela wajib pajak. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan menegaskan pajak sebagai kontribusi wajib strategis dalam menopang fiskal negara, dengan Pajak Penghasilan (PPh) menyumbang lebih dari 50% penerimaan negara. Data Kementerian Keuangan menunjukkan

penerimaan PPh Non-Migas mencapai Rp920 triliun pada tahun 2022 dan meningkat sebesar 7,9% pada tahun 2023, mencerminkan meningkatnya ketergantungan negara terhadap optimalisasi kepatuhan dan efisiensi pelaporan pajak badan usaha. Kondisi ini menempatkan *tax planning* bukan sekadar praktik administratif, melainkan bagian dari strategi keuangan korporasi yang menentukan keberlanjutan bisnis dalam lingkungan regulasi yang semakin ketat (Hanifah & Wijaya, 2019; Hendrawan et al., 2024).

Dalam era globalisasi dan percepatan ekonomi digital saat ini, nilai perusahaan menjadi indikator penting dalam menilai kinerja dan prospek jangka panjang suatu entitas bisnis. Investor sering kali menggunakan nilai perusahaan untuk mengukur seberapa efektif manajemen dalam menciptakan nilai tambah dan memastikan keberlanjutan operasional perusahaan. Nilai ini tidak hanya memengaruhi persepsi pasar, tetapi juga menentukan akses perusahaan terhadap sumber pembiayaan dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan (Anggareksa, 2024).

Sektor industri barang konsumsi di Indonesia, yang tergabung dalam Bursa Efek Indonesia (BEI), memainkan peran penting dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional karena berfokus pada penyediaan kebutuhan dasar masyarakat. Meskipun memiliki daya tahan yang relatif kuat terhadap gejolak ekonomi, sektor ini tetap menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan nilai perusahaan, terutama di tengah fluktuasi inflasi, perubahan pola konsumsi, dan tekanan global pascapandemi. Data dari BEI menunjukkan bahwa nilai perusahaan di sektor ini, yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV), mengalami volatilitas sepanjang periode 2020–2024, mencerminkan dinamika internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja pasar.

Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Yudha et al. (2022) telah menunjukkan adanya keterkaitan antara faktor internal perusahaan seperti likuiditas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. Namun, studi mereka berfokus pada sektor manufaktur secara umum, sedangkan penelitian ini mengarahkan fokus pada sektor industri barang konsumsi yang memiliki karakteristik unik, terutama dalam hal siklus permintaan dan eksposur terhadap konsumsi masyarakat sehari-hari.

Secara konseptual, likuiditas berperan penting dalam menjaga kelancaran operasional dan meningkatkan kepercayaan pasar, sementara pertumbuhan perusahaan menjadi cerminan dari prospek ekspansi dan inovasi. Ukuran perusahaan sering diasosiasikan dengan stabilitas dan efisiensi operasional karena kemampuan skala yang lebih besar. Ketiga faktor tersebut diyakini memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, baik secara langsung maupun tidak

langsung melalui profitabilitas, yang mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset dan menghasilkan laba (Brigham & Houston, 2019). Meski demikian, hubungan antara variabel-variabel ini masih menunjukkan hasil yang bervariasi di berbagai sektor dan periode waktu.

Dalam sektor barang konsumsi, dinamika seperti tekanan harga bahan baku, regulasi pemerintah, dan preferensi konsumen terhadap produk ramah lingkungan turut membentuk tantangan baru yang berdampak pada struktur keuangan perusahaan. Sebagai contoh, laporan dari IndoPremier (2022) mencatat bahwa lonjakan harga komoditas global menekan margin perusahaan di sektor ini, yang kemudian berimplikasi pada penurunan nilai perusahaan. Selain itu, kebijakan moneter Bank Indonesia dalam mengendalikan inflasi melalui peningkatan suku bunga acuan selama periode 2022–2024 juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi biaya modal dan daya saing perusahaan (CNBC Indonesia, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Rossa et al. (2023) yang berjudul Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Perbankan di BEI 2019-2021. Memperoleh temuan penelitian mengindikasikan bahwa likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, struktur modal berpengaruh negatif, sedangkan pertumbuhan perusahaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan

Prawidya & Prasetyo (2023) melakukan penelitian yang berjudul Hubungan antara Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan dalam Mengoptimalkan Nilai Perusahaan (Penelitian pada Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* di BEI, 2018-2022) memperoleh hasil bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh baik secara bersama-sama maupun secara individu terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman.

Studi yang dilakukan oleh Yudha et al. (2022) yang memiliki judul Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening*. Penelitian ini memiliki hasil regresi parsial menunjukkan bahwa likuiditas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sementara variabel pertumbuhan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Dalam kaitannya dengan nilai perusahaan, hanya ukuran dan profitabilitas yang memberikan pengaruh signifikan. Selain itu, profitabilitas mampu menjadi mediator dalam hubungan antara likuiditas serta pertumbuhan terhadap nilai perusahaan, namun tidak berlaku untuk ukuran perusahaan. Secara keseluruhan, likuiditas, pertumbuhan, dan ukuran perusahaan memengaruhi tingkat profitabilitas yang pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan mempertimbangkan peran mediasi dari profitabilitas. Dengan fokus pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang tercatat di BEI selama periode 2020–2024, studi ini tidak hanya memperluas literatur terkait determinan nilai perusahaan, tetapi juga menawarkan kontribusi empiris dalam konteks sektor yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap perubahan konsumsi dan regulasi pasar.

Secara orisinal, penelitian ini menyajikan pendekatan terfokus pada sektor yang relatif jarang menjadi objek dalam studi serupa, dengan rentang waktu yang mencakup periode sebelum dan sesudah pandemi COVID-19. Hal ini memberikan peluang untuk mengevaluasi pengaruh variabel-variabel keuangan terhadap nilai perusahaan secara lebih mendalam dalam konteks pemulihan ekonomi dan adaptasi industri terhadap tekanan eksternal. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi manajer keuangan, investor, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Sinyal

Teori sinyal atau *Signaling Theory* menjelaskan bahwa manajemen perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai kondisi internal akan mengirimkan sinyal kepada pihak luar, seperti investor, untuk mengurangi ketimpangan informasi. Dalam konteks pasar modal, sinyal yang dikirim bisa berupa laporan keuangan, pertumbuhan perusahaan, hingga profitabilitas. Brigham & Houston (2019) menekankan bahwa sinyal tersebut memengaruhi bagaimana investor menilai nilai perusahaan. Untuk efektif, sinyal harus sulit ditiru oleh perusahaan berkualitas rendah (Ross et al., 2021), sehingga hanya entitas dengan kinerja kuat yang mampu menyampaikan sinyal kredibel seperti laba tinggi atau stabilitas pertumbuhan yang berkelanjutan.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan cerminan dari efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset dan modal yang dimiliki. Kasmir (2019) menyebutkan bahwa rasio profitabilitas menjadi indikator penting dalam menilai kinerja perusahaan. Rasio ini meliputi *Gross Profit Margin*, *Net Profit Margin*, ROA, ROE, hingga ROI. Dalam penelitian ini, *Return on Assets* (ROA) dipilih sebagai indikator utama karena mampu menunjukkan seberapa efisien aset perusahaan digunakan untuk menghasilkan laba bersih (Awliya, 2022). ROA yang tinggi

memperlihatkan kemampuan manajemen dalam mengelola aset secara produktif, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas

Likuiditas menggambarkan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya tanpa mengalami kesulitan keuangan. Menurut Fahmi (2017), rasio likuiditas sangat penting karena menunjukkan kesehatan keuangan jangka pendek perusahaan, yang dapat memengaruhi kepercayaan investor dan kreditor. Rasio likuiditas dapat diukur menggunakan *current ratio*, *quick ratio*, dan *cash ratio*. Dalam penelitian ini, digunakan *current ratio* karena memberikan gambaran menyeluruh terhadap posisi likuiditas dengan membandingkan total aktiva lancar dengan kewajiban lancar (Sarif et al., 2023). Rasio ini relevan karena mampu memberikan sinyal awal terhadap potensi risiko gagal bayar dan efektivitas manajemen kas.

Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperluas operasional dan meningkatkan laba secara berkelanjutan. Ross (2021) menjelaskan bahwa pertumbuhan dipengaruhi oleh margin laba, kebijakan dividen, *leverage* keuangan, dan efisiensi aset. Menurut Syardiana et al. (2015), pertumbuhan yang tinggi akan meningkatkan *return* bagi investor, sekaligus memperkuat ekspektasi pasar terhadap kinerja masa depan perusahaan. Dalam penelitian ini, pertumbuhan perusahaan diukur melalui pertumbuhan total aset dari tahun ke tahun, sebagaimana dirumuskan oleh Datar (2017), karena aset mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengekspansi bisnis dan menambah nilai.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan sering dikaitkan dengan tingkat akses terhadap sumber daya, efisiensi operasional, dan kemampuan bersaing. Ross (2021) menyebut bahwa ukuran dapat diukur dari total aset, pendapatan, jumlah karyawan, hingga kapitalisasi pasar. Sedangkan menurut OJK (2017), klasifikasi perusahaan berdasarkan total aset dibagi menjadi usaha kecil (<Rp50 miliar), menengah (Rp50–250 miliar), dan besar (>Rp250 miliar). Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural dari total aset, sebagaimana dijelaskan oleh Kasmir (2019), untuk menyesuaikan skala pengukuran dan membandingkan antar perusahaan secara proporsional.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menguji hubungan kausal antara variabel-variabel keuangan yang memengaruhi nilai perusahaan, baik secara langsung maupun melalui variabel *intervening*. Objek penelitian difokuskan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2024. Data diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang tersedia di situs resmi BEI (www.idx.co.id) dan dari Kantor Perwakilan BEI di Medan. Populasi penelitian mencakup 129 perusahaan, dan melalui teknik *purposive sampling* terpilih sebanyak 50 perusahaan sebagai sampel, dengan total 250 observasi selama lima tahun. Teknik pengumpulan data dilakukan secara dokumenter terhadap data sekunder berupa rasio keuangan. Variabel yang diteliti mencakup likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen; profitabilitas sebagai variabel intervening; serta nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Masing-masing variabel diukur menggunakan indikator yang telah diakui secara luas dalam literatur, seperti PBV untuk nilai perusahaan, ROA untuk profitabilitas, dan *log total* aset untuk ukuran perusahaan (Kasmir, 2019; Fahmi, 2015; Pambudi & Ahmad, 2022).

Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS melalui serangkaian uji, mulai dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi), regresi linier berganda, hingga uji F dan uji t. Untuk menguji peran mediasi dari profitabilitas, digunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dan dilanjutkan dengan Uji Sobel untuk mengetahui sejauh mana profitabilitas memediasi pengaruh likuiditas, pertumbuhan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan secara signifikan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel berikut menunjukkan ringkasan statistik deskriptif dari variabel penelitian (Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan) selama periode 2020–2024.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Likuiditas (CR)	250	0,8	7,5	3,14	1,21
Pertumbuhan Perusahaan	250	-0,05	0,48	0,20	0,12
Ukuran Perusahaan (Log Aset)	250	24,50	32,80	28,93	2,01
Profitabilitas (ROA)	250	0,01	0,48	0,1038	0,08
Nilai Perusahaan (PBV)	250	0,5	950	19,54	117,95

Variasi antar perusahaan cukup tinggi, terutama pada nilai perusahaan, menunjukkan perbedaan signifikan dalam persepsi pasar dan kinerja perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Keterangan
Normalitas	$p = 0,071$ (setelah transformasi & outlier)	Data terdistribusi normal
Multikolinearitas	$VIF < 10$, Tolerance $> 0,1$	Tidak ada multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Tidak ada gejala heteroskedastisitas (metode Glejser)	Model layak digunakan
Autokorelasi	Durbin-Watson = 0,642	Tidak ada autokorelasi

Analisis Regresi Parsial (Uji t) dan Simultan (Uji F)

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Parsial (Uji t)

Variabel Independen	Koefisien (β)	t-hitung	p-value	Signifikansi
Likuiditas	0,439	3,872	0,000	Signifikan
Pertumbuhan	0,084	1,124	0,262	Tidak signifikan
Ukuran Perusahaan	0,065	0,952	0,343	Tidak signifikan

Uji F: F-hitung = 8,97; $p < 0,05 \rightarrow$ Variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas.

Tabel 4. Hasil Simultan (Uji F)

Variabel	Koefisien (β)	t-hitung	p-value	Signifikansi
Likuiditas	0,123	0,946	0,347	Tidak signifikan
Pertumbuhan	0,052	0,712	0,478	Tidak signifikan
Ukuran Perusahaan	0,089	1,034	0,302	Tidak signifikan
Profitabilitas	0,460	4,218	0,000	Signifikan

Uji F: F-hitung = 7,82; $p < 0,05 \rightarrow$ Profitabilitas berperan penting dalam menentukan nilai perusahaan. Koefisien Determinasi (R^2): 0,183 $\rightarrow$ 18,3% variasi nilai perusahaan dijelaskan oleh model.

Analisis Jalur (Path Analysis) dan Mediasi

Tabel 5. Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*) dan Mediasi

Hubungan	Koefisien Langsung	Koefisien Tidak Langsung	Mediasi Profitabilitas
Likuiditas $\rightarrow$ Profitabilitas	0,439	-	-
Profitabilitas $\rightarrow$ Nilai Perusahaan	0,460	-	-
Likuiditas $\rightarrow$ Nilai Perusahaan	0,123	0,202	Signifikan ($z=4,286$; $p<0,05$)
Pertumbuhan $\rightarrow$ Nilai Perusahaan	0,052	0,039	Tidak signifikan
Ukuran $\rightarrow$ Nilai Perusahaan	0,089	0,030	Tidak signifikan

Profitabilitas memediasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak memediasi pengaruh pertumbuhan maupun ukuran perusahaan.

Pengaruh Variabel Independen terhadap Profitabilitas

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas dengan koefisien sebesar 0,439, nilai t-hitung 3,872, dan p-value 0,000, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajiban jangka pendek berkorelasi positif dengan efisiensi pengelolaan aset dan laba yang dihasilkan (Ardiana & Chabachib, 2018; Sarif et al., 2023). Variabel pertumbuhan perusahaan menunjukkan koefisien 0,084 dengan t-hitung 1,124 dan p-value 0,262, mengindikasikan tidak ada pengaruh signifikan pertumbuhan terhadap profitabilitas dalam periode penelitian ini (Adelin et al., 2023; Yudha & Fitri, 2022). Ukuran perusahaan memiliki koefisien 0,065, t-hitung 0,952, dan p-value 0,343, yang menegaskan bahwa besaran total aset tidak secara otomatis meningkatkan kemampuan menghasilkan laba (Octaviany et al., 2019; Kasmir, 2019). Uji F secara simultan menunjukkan F-hitung 8,97 dengan $p < 0,05$, memperlihatkan bahwa kombinasi ketiga variabel independen berpengaruh terhadap profitabilitas meskipun tidak semua variabel menunjukkan efek individual yang signifikan (Brigham & Houston, 2019; Fahmi, 2015).

Likuiditas yang tinggi memudahkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek tanpa gangguan operasional dan menyediakan ruang bagi manajemen untuk melakukan investasi yang mendukung pencapaian laba, sehingga meningkatkan persepsi investor terhadap kinerja keuangan perusahaan (Fahmi, 2017; Pambudi & Ahmad, 2022). Pertumbuhan perusahaan yang tercatat dalam penelitian ini tidak menunjukkan efek signifikan terhadap profitabilitas, kemungkinan disebabkan oleh peningkatan biaya operasional atau investasi ekspansif yang belum memberikan hasil optimal dalam periode pengamatan (Muliana & Ikhsani, 2019; Datar & Foster, 2017). Ukuran perusahaan, meskipun cenderung diasosiasikan dengan stabilitas dan efisiensi skala, dalam konteks penelitian ini tidak memberikan kontribusi nyata terhadap profitabilitas karena perusahaan besar juga menghadapi tantangan struktural dan beban tetap yang tinggi (OJK, 2017; Octaviany et al., 2019). Likuiditas memberikan sinyal positif kepada pemangku kepentingan mengenai kemampuan perusahaan dalam menjaga arus kas dan menjalankan operasi dengan lancar, yang tercermin pada peningkatan profitabilitas yang signifikan (Ardiana & Chabachib, 2018; Sarif et al., 2023).

Investasi yang dilakukan perusahaan untuk mendukung pertumbuhan tidak selalu langsung meningkatkan efisiensi aset atau laba, sehingga koefisien pertumbuhan terhadap profitabilitas tetap rendah dan tidak signifikan secara statistik (Adelin et al., 2023; Syardiana et al., 2015). Ukuran perusahaan yang besar seharusnya menyediakan keunggulan kompetitif

melalui akses ke sumber daya dan pembiayaan, namun birokrasi internal, kompleksitas operasional, dan struktur biaya tetap yang tinggi dapat menurunkan efektivitas penggunaan aset sehingga tidak meningkatkan laba secara signifikan (Prawidya & Prasetyo, 2023; Asril et al., 2021). Koefisien simultan variabel independen terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa meskipun pertumbuhan dan ukuran perusahaan tidak signifikan secara individual, keberadaan likuiditas yang kuat mampu memengaruhi profitabilitas secara keseluruhan dalam model regresi (Brigham & Houston, 2019; Fahmi, 2015). Likuiditas menjadi variabel kunci yang mencerminkan kesehatan jangka pendek perusahaan dan memengaruhi kemampuan manajemen dalam mengalokasikan aset untuk kegiatan operasional yang menghasilkan laba (Sarif et al., 2023; Awliya, 2022).

Analisis ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki likuiditas memadai lebih adaptif terhadap fluktuasi pasar dan mampu memanfaatkan peluang bisnis dengan cepat, sehingga profitabilitas menjadi lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan likuiditas rendah (Anggareksa et al., 2024; Puri & Lisiantara, 2023). Pertumbuhan perusahaan yang tidak signifikan terhadap profitabilitas mengindikasikan bahwa ekspansi usaha tidak selalu berbanding lurus dengan efisiensi internal, terutama bila pengelolaan aset dan biaya belum optimal (Adelin et al., 2023; Muliana & Ikhsani, 2019). Ukuran perusahaan memberikan stabilitas dalam hal sumber daya dan kapasitas produksi, namun efisiensi operasional dan kemampuan menghasilkan laba dipengaruhi oleh pengelolaan internal, struktur biaya, dan strategi manajemen, yang menjelaskan tidak adanya pengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Octaviany et al., 2019; Brigham & Houston, 2019). Uji F mendukung kesimpulan bahwa likuiditas, pertumbuhan, dan ukuran perusahaan bersama-sama membentuk kerangka pengaruh terhadap profitabilitas meskipun efek individual tidak semua signifikan (Fahmi, 2015; Kasmir, 2019).

Likuiditas menjadi fondasi penting bagi perusahaan untuk memastikan arus kas cukup dalam mendukung kegiatan operasional dan pembayaran kewajiban jangka pendek, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan laba bersih dan profitabilitas (Ardiana & Chabachib, 2018; Sarif et al., 2023). Pertumbuhan perusahaan yang tidak berpengaruh signifikan menunjukkan bahwa investor dan manajemen perlu menekankan efisiensi operasional selain memperluas aset atau penjualan untuk menghasilkan laba (Yudha & Fitri, 2022; Adelin et al., 2023). Ukuran perusahaan tidak menjamin profitabilitas tinggi karena perusahaan besar menghadapi tantangan birokrasi, biaya tetap, dan pengelolaan aset yang kompleks, sehingga pengaruhnya terhadap laba tetap rendah (Octaviany et al., 2019; OJK, 2017). Hasil penelitian menegaskan pentingnya likuiditas sebagai faktor determinan utama profitabilitas perusahaan

di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI (Ardiana & Chabachib, 2018; Pambudi & Ahmad, 2022).

Profitabilitas dipengaruhi lebih dominan oleh kemampuan perusahaan dalam menjaga keseimbangan arus kas dan manajemen aset lancar, sementara pertumbuhan dan ukuran perusahaan hanya memberikan kontribusi marginal yang tidak signifikan (Brigham & Houston, 2019; Fahmi, 2017). Likuiditas yang optimal meningkatkan efisiensi operasional dan memungkinkan perusahaan menangkap peluang pasar lebih cepat, yang tercermin pada peningkatan laba (Sarif et al., 2023; Awliya, 2022). Hasil ini konsisten dengan studi Ardiana & Chabachib (2018) yang menemukan bahwa likuiditas berperan signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan dan ukuran perusahaan tidak menunjukkan efek langsung. Uji simultan F menegaskan bahwa kombinasi ketiga variabel independen tetap berkontribusi terhadap model pengaruh terhadap profitabilitas, meskipun koefisien individual berbeda-beda (Brigham & Houston, 2019; Kasmir, 2019).

Kondisi ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan harus fokus pada strategi pengelolaan likuiditas untuk menjaga stabilitas keuangan dan mendorong kinerja laba, yang akan memengaruhi persepsi pasar terhadap perusahaan (Anggareksa et al., 2024; Puri & Lisiantara, 2023). Pertumbuhan perusahaan perlu diiringi dengan perbaikan efisiensi operasional agar ekspansi aset dan penjualan benar-benar berdampak pada peningkatan profitabilitas (Adelin et al., 2023; Muliana & Ikhsani, 2019). Ukuran perusahaan yang besar belum tentu meningkatkan profitabilitas, karena pengelolaan aset, birokrasi internal, dan struktur biaya tetap menjadi faktor yang menentukan kemampuan menghasilkan laba (Octaviany et al., 2019; Brigham & Houston, 2019). Penelitian ini menekankan bahwa likuiditas menjadi faktor utama yang mendukung profitabilitas di sektor barang konsumsi, sehingga menjadi fokus strategi manajemen keuangan perusahaan (Ardiana & Chabachib, 2018; Sarif et al., 2023).

Perusahaan yang memiliki likuiditas baik mampu mempertahankan kestabilan operasi di tengah fluktuasi pasar dan mengoptimalkan pengelolaan aset, yang berdampak positif terhadap laba bersih (Awliya, 2022; Fahmi, 2015). Pertumbuhan perusahaan yang tercatat tidak signifikan mengindikasikan perlunya strategi ekspansi yang diimbangi dengan efisiensi operasional dan pengendalian biaya agar meningkatkan profitabilitas (Adelin et al., 2023; Yudha & Fitri, 2022). Ukuran perusahaan tidak otomatis menjadi indikator laba tinggi karena manajemen harus mampu menyeimbangkan skala operasi dengan efisiensi dan produktivitas (Octaviany et al., 2019; OJK, 2017). Likuiditas tetap menjadi faktor kritikal dalam mendorong

profitabilitas, membentuk dasar bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan dan menarik minat investor (Ardiana & Chabachib, 2018; Pambudi & Ahmad, 2022).

Koefisien likuiditas yang signifikan menegaskan peran penting manajemen kas dan pengelolaan aset lancar dalam mendukung laba perusahaan, yang kemudian dapat memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2019; Sarif et al., 2023). Pertumbuhan dan ukuran perusahaan hanya berkontribusi minor terhadap profitabilitas, sehingga strategi pengelolaan sumber daya dan efisiensi operasional tetap menjadi fokus utama (Adelin et al., 2023; Octaviany, Hidayat, & Miftahudin, 2019). Uji F simultan menunjukkan bahwa meskipun beberapa variabel tidak signifikan secara individual, kombinasi ketiga variabel tetap memberikan pengaruh terhadap profitabilitas, menegaskan interaksi antar variabel independen dalam model (Fahmi, 2015; Kasmir, 2019). Analisis ini menyajikan bukti empiris bahwa likuiditas menjadi variabel dominan dalam membentuk profitabilitas perusahaan di sektor industri barang konsumsi di BEI (Ardiana & Chabachib, 2018; Pambudi & Ahmad, 2022).

Pengaruh Variabel Independen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Analisis regresi menunjukkan bahwa likuiditas memiliki koefisien sebesar 0,123 dengan t-hitung 0,946 dan nilai signifikansi 0,347, yang menandakan tidak adanya pengaruh langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Yudha et al., 2022; Ardiana & Chabachib, 2018). Pertumbuhan perusahaan memberikan koefisien 0,052 dengan t-hitung 0,712 dan p-value 0,478, yang mengindikasikan kontribusi minimal dalam menentukan nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi (Adelin et al., 2023; Muliana & Ikhsani, 2019). Ukuran perusahaan tercatat memiliki koefisien 0,089, t-hitung 1,034, dan p-value 0,302, sehingga secara statistik tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi pasar mengenai nilai perusahaan (Octaviany et al., 2019; Asril et al., 2021). Profitabilitas mencatat koefisien 0,460 dengan t-hitung 4,218 dan p-value 0,000, yang memperkuat peran laba sebagai faktor utama yang mendorong peningkatan nilai perusahaan dalam lima tahun terakhir (Awliya, 2022; Brigham & Houston, 2019).

Nilai F-hitung sebesar 7,82 dengan signifikansi $p < 0,05$ menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Pambudi & Ahmad, 2022; Rossa et al., 2023). Variasi nilai perusahaan sebesar 18,3% dijelaskan oleh likuiditas, pertumbuhan, ukuran, dan profitabilitas, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal lainnya yang tidak terukur dalam model penelitian ini (Anggareksa et al., 2024; Fahmi, 2015). Efektivitas profitabilitas sebagai prediktor utama menegaskan teori *signaling* yang menyatakan bahwa

laba merupakan sinyal penting bagi investor untuk menilai kelayakan investasi (Ross et al., 2021; Brigham & Houston, 2019). Ketidaksignifikan variabel likuiditas, pertumbuhan, dan ukuran menunjukkan bahwa faktor fundamental internal tidak selalu tercermin langsung pada harga pasar, melainkan melalui mekanisme kinerja keuangan seperti profitabilitas (Kasmir, 2019; Sarif et al., 2023).

Likuiditas yang tidak berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan mencerminkan bahwa kemampuan membayar kewajiban jangka pendek belum cukup menjadi sinyal utama bagi investor dalam menilai prospek jangka panjang (Puri & Lisiantara, 2023; Ardiana & Chabachib, 2018). Pertumbuhan perusahaan yang rendah signifikansi terhadap nilai perusahaan mungkin dipengaruhi oleh peningkatan biaya operasional dan ekspansi yang belum optimal, sehingga laba yang dihasilkan tidak sejalan dengan ekspektasi pasar (Syardiana et al., 2015; Adelin et al., 2023). Ukuran perusahaan yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa skala aset besar tidak selalu meningkatkan efisiensi operasional atau persepsi investor mengenai stabilitas jangka panjang (Octaviany et al., 2019; OJK, 2017). Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menampilkan kapasitas optimal dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba, sehingga investor lebih menekankan indikator ini dibandingkan ukuran, pertumbuhan, atau likuiditas semata (Awliya, 2022; Brigham & Houston, 2019).

Profitabilitas memediasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,202 dan signifikan pada uji Sobel ($z = 4,286$; $p < 0,05$), menegaskan peran laba sebagai jembatan antara kemampuan likuiditas dan persepsi nilai pasar (Yudha et al., 2022; Ardiana & Chabachib, 2018). Tidak ditemukan mediasi yang signifikan dari profitabilitas pada hubungan pertumbuhan maupun ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel tersebut terhadap laba belum cukup kuat untuk memengaruhi persepsi investor (Muliana & Ikhsani, 2019; Prawidya & Prasetyo, 2023). Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menekankan profitabilitas sebagai variabel *intervening* kritikal dalam menyalurkan pengaruh likuiditas (Rossa et al., 2023; Puri & Lisiantara, 2023). Likuiditas yang tinggi meningkatkan efisiensi pengelolaan kas dan arus operasi, sehingga laba yang dihasilkan menjadi sinyal keuangan yang diterima investor dalam menilai nilai perusahaan (Sarif et al., 2023; Fahmi, 2015).

Investasi pada perusahaan dengan pertumbuhan tinggi tidak otomatis tercermin pada nilai perusahaan karena laba yang dihasilkan belum cukup mendukung ekspektasi pasar, menunjukkan adanya perbedaan antara potensi ekspansi dan realisasi kinerja keuangan (Adelin et al., 2023; Datar & Foster, 2017). Ukuran perusahaan yang besar dapat menghadapi tantangan birokrasi dan biaya tetap tinggi, sehingga tidak selalu meningkatkan laba atau memberikan

sinyal positif kepada investor mengenai nilai perusahaan (Octaviany et al., 2019; Asril et al., 2021). Profitabilitas tetap menjadi faktor dominan yang menentukan nilai perusahaan, karena kemampuan manajemen dalam memaksimalkan aset untuk menghasilkan laba merupakan indikator utama yang mudah diterjemahkan oleh pasar (Awliya, 2022; Brigham & Houston, 2019). Rasio profitabilitas tinggi meningkatkan kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan mempertahankan pertumbuhan jangka panjang dan stabilitas finansial (Kasmir, 2019; Yudha et al., 2022).

Analisis data menunjukkan bahwa likuiditas, pertumbuhan, dan ukuran perusahaan tidak selalu berkorelasi positif dengan nilai perusahaan jika profitabilitas tidak diperhitungkan sebagai variabel mediasi (Ardiana & Chabachib, 2018; Brigham & Houston, 2019). Hasil ini menegaskan pentingnya fokus manajerial pada optimalisasi kinerja keuangan untuk memperkuat persepsi pasar terhadap nilai perusahaan (Awliya, 2022; Pambudi & Ahmad, 2022). Perusahaan sektor barang konsumsi perlu mengelola kas, aset, dan kapasitas produksi secara efisien agar laba dapat meningkat dan memengaruhi nilai pasar secara signifikan (Sarif et al., 2023; Fahmi, 2015). Profitabilitas menjadi mekanisme utama yang menghubungkan kondisi internal perusahaan dengan persepsi investor dan harga saham (Yudha et al., 2022; Brigham & Houston, 2019).

Penggunaan model regresi dan analisis jalur memberikan pemahaman lebih jelas mengenai interaksi antara variabel keuangan internal dan nilai perusahaan, terutama peran mediasi profitabilitas (Rossa et al., 2023; Ardiana & Chabachib, 2018). Investor lebih menekankan laba sebagai dasar evaluasi dibandingkan likuiditas, pertumbuhan, atau ukuran, karena laba mencerminkan efektivitas penggunaan aset dan keberhasilan operasional (Awliya, 2022; Brigham & Houston, 2019). Data empiris menunjukkan bahwa peningkatan likuiditas meningkatkan laba dan secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan, yang mendukung teori *signaling* (Ross et al., 2021; Yudha et al., 2022). Kontribusi pertumbuhan dan ukuran perusahaan terhadap nilai pasar menjadi lebih relevan apabila perusahaan mampu mentransformasikan sumber daya dan ekspansi menjadi profitabilitas yang nyata (Adelin et al., 2023; Muliana & Ikhsani, 2019).

Hasil penelitian ini menyoroti perlunya strategi manajemen yang fokus pada peningkatan laba sebagai pendorong utama nilai perusahaan, bukan hanya pada pertumbuhan atau skala aset (Brigham & Houston, 2019; Ardiana & Chabachib, 2018). Analisis menunjukkan bahwa pasar menghargai kemampuan perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba yang konsisten dan stabil (Awliya, 2022; Pambudi & Ahmad, 2022). Likuiditas yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan efisiensi operasional sehingga laba

meningkat dan nilai perusahaan secara tidak langsung terdorong naik (Sarif et al., 2023; Puri & Lisiantara, 2023). Variabel internal lainnya seperti ukuran dan pertumbuhan hanya menjadi faktor pendukung, namun tidak signifikan tanpa didorong oleh profitabilitas (Octaviany et al., 2019; Yudha et al., 2022).

Temuan penelitian memperkuat pentingnya profitabilitas sebagai mediator kritikal dalam model nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi, menegaskan relevansi teori keuangan modern dan teori *signaling* (Brigham & Houston, 2019; Ross et al., 2021). Perusahaan perlu menyesuaikan kebijakan keuangan, investasi, dan operasional agar likuiditas dan aset besar dapat diterjemahkan menjadi laba nyata yang diakui pasar (Awliya, 2022; Sarif et al., 2023). Penekanan pada laba juga membantu investor menilai kualitas manajemen dan daya tahan perusahaan dalam menghadapi volatilitas pasar (Kasmir, 2019; Anggareksa et al., 2024). Perusahaan dengan profitabilitas tinggi dapat meningkatkan nilai pasar meski pertumbuhan dan ukuran perusahaan tidak memberikan kontribusi signifikan secara langsung (Yudha et al., 2022; Rossa et al., 2023).

Profitabilitas yang berperan sebagai mediator menekankan bahwa likuiditas harus dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan operasional yang menghasilkan laba, bukan hanya sebagai indikator keseimbangan kas (Ardiana & Chabachib, 2018; Brigham & Houston, 2019). Analisis empiris menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan dan ukuran tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan apabila laba tidak meningkat secara proporsional (Octaviany et al., 2019; Muliana & Ikhsani, 2019). Investor lebih memperhatikan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang konsisten dibandingkan sekadar ekspansi aset atau penambahan kapasitas produksi (Awliya, 2022; Pambudi & Ahmad, 2022). Hasil penelitian ini menyediakan dasar bagi manajemen dan investor untuk memprioritaskan pengelolaan profitabilitas sebagai strategi utama dalam meningkatkan nilai perusahaan (Yudha et al., 2022; Brigham & Houston, 2019).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data terhadap perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024, penelitian ini menyimpulkan bahwa likuiditas terbukti berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sementara pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dalam kaitannya dengan nilai perusahaan, hanya profitabilitas yang memiliki pengaruh signifikan, sedangkan likuiditas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh secara langsung. Profitabilitas juga berperan sebagai mediator

dalam hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan, namun tidak mampu memediasi hubungan antara pertumbuhan perusahaan maupun ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mempertegas pentingnya profitabilitas sebagai indikator utama dalam menilai dan membentuk nilai perusahaan di mata investor dan pasar.

Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan perlu fokus pada peningkatan efisiensi operasional untuk menjaga tingkat profitabilitas, karena faktor inilah yang terbukti memiliki daya dorong terhadap peningkatan nilai perusahaan. Bagi investor, temuan ini dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan investasi, di mana profitabilitas dapat dijadikan indikator utama dalam menilai potensi jangka panjang perusahaan. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain di luar faktor internal serta memperluas objek dan periode observasi guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan lintas sektor industri

DAFTAR REFERENSI

- Adelin, N., Rinofah, R., & Kusumawardhani, R. (2023). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan capital expenditure terhadap nilai perusahaan dengan. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2402-2419.
- Anggareksa, B. F., Ulupui, G. K., & Yusuf, M. (2024). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Revenue*, 705-725. <https://doi.org/10.46306/rev.v5i1.476>
- Ardiana, E., & Chabachib, M. (2018). Analisis pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1-14.
- Asril, Y. F., & Sanjaya, S. (2021). Pengaruh kebijakan hutang, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. *Journal of Business and Economics (JBE)*, 104-112. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v6i3.130>
- Awliya, M. (2022). Analisis profitabilitas (Return on Asset (ROA) dan Return on Equity (ROE)) pada PT Sido Muncul Tbk (Periode 2015-2018). *Journal of Economic Education*, 10-18.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Dasar-dasar manajemen keuangan* (14th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Datar, C. T., & Foster. (2017). *Cost accounting: A managerial emphasis* (10th ed.). United States: Pearson.
- Fahmi, I. (2015). *Analisis laporan keuangan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Fahmi, I. (2017). *Manajemen sumber daya manusia teori dan aplikasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ipotnews. (2022, March 27). Sektor komoditas kemungkinan akan tetap tinggi, bermanfaat bagi ekonomi makro Indonesia – Ashmore. *Von IndoPremier (indopremier.com)*.

- Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muliana, & Ikhsani, K. (2019). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening terhadap nilai perusahaan sektor infrastruktur di BEI. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 108-121. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.52>
- Octaviany, A., Hidayat, S., & Miftahudin. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), 30-36. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2017). *Peraturan OJK Nomor 53/POJK.04/2017*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
- Pambudi, A. S., & Ahmad, G. N. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan: Studi pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. *Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 57-69. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0301.19>
- Prawidya, A. R., & Prasetyo, I. (2023). Hubungan antara profitabilitas dan ukuran perusahaan dalam mengoptimalkan nilai perusahaan (Penelitian pada perusahaan sub sektor food and beverage di BEI, 2018-2022). *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management*, 1(2), 1-14. <https://doi.org/10.47134/aaem.v1i2.41>
- Puri, E. T., & Lisiantara, G. A. (2023). Pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sektor industri barang konsumsi periode 2019-2021). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 91–107.
- Rachman, A. (2024, August 21). Breaking news! BI rate diputuskan tetap 6,25% Agustus 2024. *Von CNBC Indonesia*.
- Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., & Jordan, B. (2021). *Corporate finance* (13th ed.). McGraw-Hill Companies.
- Rossa, P. A., Susandya, A. A., & Suryandari, N. N. (2023). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan perusahaan perbankan di BEI 2019-2021. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 88-99.
- Sarif, S., Idrus, M., & Azis, M. (2023). Analisis teori Sofyan Syafri Harahap tentang rasio lancar (current ratio) pada perusahaan sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Art Humanity and Social Studies*, 136-142.
- Syardiana, G., Rodoni, A., & Putri, Z. E. (2015). Pengaruh investment opportunity set, struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan return on aset terhadap nilai perusahaan. *Akuntabilitas*, 39-46. <https://doi.org/10.15408/akt.v8i1.2760>
- Yudha, A. M., R. B., & Fitri, H. (2022). Analisis pengaruh likuiditas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1567-1576.