

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN, UMUR  
PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi empiris pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019)**

*The Influence Of Capital Structure, Company Size, Company Age And Profitability On  
Company Value (Empirical study on food and beverage sub-sector companies listed on  
the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2019)*

**Muh Hamzah Thiofani Muzayin\* , Rina Trisnawati**  
Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta  
[b200170377@student.ums.ac.id](mailto:b200170377@student.ums.ac.id)\*, [rt116@ums.ac.id](mailto:rt116@ums.ac.id)

**Abstrak (Abstract)**

**Tujuan (Purpose):** menganalisis pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

**Metodologi penelitian (Research method):** Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling, dimana terdapat 78 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang memenuhi semua kriteria dan dijadikan sebagai sampel penelitian. Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS versi 20 dengan pengujian regresi linear berganda.

**Hasil (Results):** Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa ukuran, umur dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Limitasi (Limitations):** Keterbatasan pada penelitian ini terdapat pada jumlah sample yang terbatas dan penggunaan variable yang berbasis pada keuangan.

**Kontribusi (Contribution):** Dapat mengetahui bahwa perusahaan dengan profit yang tinggi dan termasuk dalam perusahaan besar sangat diminati oleh para investor, sehingga nilai perusahaan menjadi naik.

**Kata Kunci (Keywords):** nilai perusahaan, struktur modal, ukuran, umur, profitabilitas

**THE INFLUENCE OF CAPITAL STRUCTURE, COMPANY SIZE, COMPANY  
AGE AND PROFITABILITY ON COMPANY VALUE**

*(Empirical study on food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock  
Exchange (IDX) in 2017-2019)*

**Abstract**

**Purpose:** to analyze the effect of capital structure, firm size, firm age and profitability on firm value.

**Research method:** The population of this research is all food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2019. The research sample was obtained using purposive sampling technique, a number of 78 companies in the food and beverage sub-sector that met all the criteria. The analytical tool used is SPSS version 20 with multiple linear regression testing.

**Results :** The results of the research analysis show that size, age and profitability have a significant effect on firm value, while capital structure has no effect on firm value.

**Limitations:** The limitations of this study are the limited number of samples and the use of financial-based variables.

**Contribution:** Can find out that companies with high profits and are included in large companies are in great demand by investors, so that the value of the company increases.

**Keywords:** company value, capital structure, size, age, profitability

## PENDAHULUAN

Tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk menghasilkan keuntungan dengan cara memaksimalkan sumberdaya yang dimiliki perusahaan (Sunaryo, 2020). Perusahaan adalah badan usaha dan tempat berkumpulnya tenaga kerja, modal, sumber daya alam dan kewirausahaan dengan tujuan untuk mendapat keuntungan yang maksimal, memakmurkan pemilik perusahaan dan mengoptimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga sahamnya (Alfredo, 2011). Nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual, nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga (Massie, 2017). Kenaikan nilai perusahaan mempengaruhi naiknya harga saham yang ditandai dengan pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Peningkatan nilai perusahaan dapat meyakinkan investor bahwa berinvestasi pada perusahaan ini menguntungkan. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan investasi lebih besar. Nilai perusahaan merupakan harga yang tersedia dibayarkan oleh para calon investor jika perusahaan tersebut akan dijual. Nilai perusahaan sangat erat kaitannya dengan keadaan perusahaan (Wiyono & Kusuma, 2017).

Nilai perusahaan dapat diukur dari harga saham yang stabil dan mengalami kenaikan dalam jangka panjang, harga saham yang tinggi cenderung menjadikan nilai perusahaan juga tinggi. Semakin tinggi nilai perusahaan mengindikasikan peningkatan laba pemegang saham (Wijaya, 2014). Nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value* (PBV), rasio ini merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya mempunyai rasio PBV di atas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya (Sari, 2013). Terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya yaitu struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan profitabilitas.

Struktur modal merupakan rasio hutang dan rasio ekuitas terhadap total modal perusahaan (Minh Ha & Tai Le, 2017). Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana setiap keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Dewi & Wirajaya, 2013). Perusahaan besar biasanya lebih mengandalkan utang, sebagai ukuran perusahaan itu sendiri adalah jaminan yang dapat dipercaya untuk menjamin layanan utang atau pembayaran tunai sidual kembali dalam kasus likuiditas (Loncan & Caldeira, 2014). Semakin besar penggunaan hutang dalam struktur modal perusahaan akan memperbesar pembayaran angsuran dan bunga yang menjadi kewajiban perusahaan dan akan meningkatkan risiko ketidakmampuan *cash flows* perusahaan untuk memenuhi kewajiban tersebut (Sari, 2013).

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan pada dasarnya terbagi menjadi perusahaan berskala besar dan berskala kecil. Perusahaan yang skalanya kecil cenderung kurang menguntungkan karena hanya memiliki faktor-faktor pendukung yang terbatas dalam memproduksi barang, masih ada keterbatasan dalam mendapatkan dana eksternal. Lain halnya dengan perusahaan besar lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari kreditur. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi (Rachmawati & Purwanti, 2016).

Selain struktur modal dan ukuran perusahaan faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu umur perusahaan. Umur perusahaan yaitu lama perusahaan untuk tetap eksis dan mampu bersaing di dalam dunia usaha (Dewinta & Setiawan, 2016). Umur perusahaan diperoleh dari hasil pengurangan tahun berjalan dikurangi dengan tahun berdirinya. Semakin lama perusahaan berdiri maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin lama suatu perusahaan berdiri maka investor sebagai penanam modal lebih percaya dibandingkan dengan yang baru berdiri, karena di asumsikan dengan aset yang

banyak akan menghasilkan laba yang lebih tinggi dan perusahaan mampu bertahan, sehingga harga saham meningkat(Alfredo, 2011).

Selanjutnya faktor lain yang juga memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan tingkat kemampuan perusahaan untuk mengukur efektivitas manajemen yang dihitung oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi perusahaan. Rasio profitabilitas dapat diukur melalui *return on equity* (ROE). *Return on equity* (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan tingkat pengembalian yang diperoleh pemilik atau pemegang saham atas investasi di perusahaan(Sulasmiyati, 2016). Semakin tinggi ROE menunjukkan semakin tinggi tingkat pengembalian terhadap investasi yang dilakukan, dan semakin rendah ROE suatu perusahaan maka tingkat pengembalian investasinya akan semakin rendah pula. Hasil penelitian yang dilakukan oleh(Irawan & Kusuma, 2019),(Tarmiji, 2019) dan (Sunaryo, 2020)menemukan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan (Haryadi, 2016) dan (Nurminda, 2017)membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk menguji dan menganalisis pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan sebuah teori yang menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan orang lain (agent) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut (Jensen & Meckling, 1976). *Agency theory* menjelaskan bahwa keagenan didasarkan pada hubungan kontrak antara manajemen sebagai agen dengan pemegang saham sebagai prinsipal(Andriyani & Mudjiyanti, 2017). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada bertambahnya laba perusahaan sehingga investasi mereka di perusahaan dapat terjamin

### **Teori Sinyal (*Signalling Theory*)**

*Signalling theory* menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Agar sinyal tersebut efektif, maka sinyal harus dapat ditangkap pasar dan dapat dipersepsikan dengan baik serta tidak mudah ditiru oleh perusahaan yang kualitasnya rendah. *Signalling Theory* dikaitkan dengan penelitian ini karena informasi yang disajikan perusahaan dianggap penting serta diperkirakan akan mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika informasi yang di laporkan memenuhi kelengkapan, akurat, relevan dan tepat waktu akan bermanfaat bagi investor dan pihak lain yang merupakan pelaku bisnis untuk menilai kinerja perusahaan pada masa lalu, masa sekarang dan pengambilan keputusan di masa mendatang (Suta, 2012).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual, nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga (Massie, 2017). Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham, sebab dengan nilai yang tinggi, menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

### **Struktur Modal**

Struktur modal merupakan rasio hutang dan rasio ekuitas terhadap total modal perusahaan (Minh Ha & Tai Le, 2017). Struktur modal (*capital structure*) adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri (Martono & Harjito, 2010). Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana setiap keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Dewi & Wirajaya, 2013).

### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya (Ayu & Gerianta, 2018). Ukuran perusahaan merupakan cerminan dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi. Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah (Dewi & Wirajaya, 2013).

### **Umur Perusahaan**

Umur perusahaan merupakan waktu yang dimiliki oleh perusahaan dimulai sejak berdiri hingga waktu yang tidak erbatas (Bestivano, 2013). Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan mampu bertahan. Semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Perusahaan yang telah lama berdiri telah memiliki reputasi dan memiliki kemampuan untuk meminimalkan biaya dan meningkatkan kualitas dalam produksi dari pengalamannya, sehingga perusahaan akan lebih mampu menghasilkan laba (Yunietha & Palupi, 2017).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, asset atau total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2014). Rasio profitabilitas mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional. Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Dari sudut pandang investor, profitabilitas penting untuk menilai prospek perusahaan dimasa datang dan juga dapat melihat pertumbuhan profitabilitas pada perusahaan bersangkutan (Kasmir, 2014).

### **Pengembangan Hipotesis**

#### ***Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan***

Struktur modal merupakan rasio hutang dan rasio ekuitas terhadap total modal perusahaan (Mint Ha & Minh Tai, 2017). Bagi setiap perusahaan, keputusan dalam pemilihan sumber dana merupakan hal penting sebab hal tersebut akan memengaruhi struktur keuangan perusahaan, yang akhirnya akan memengaruhi kinerja perusahaan. Sumber dana perusahaan dicerminkan oleh modal asing dan modal sendiri yang diukur dengan *debt to equity ratio* (DER). Semakin tinggi hutang untuk membiayai operasional perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan., karena dengan tingkat hutang yang tinggi maka beban yang akan ditanggung perusahaan juga besar (Fau, 2015).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Wirajaya, 2013) dan (Fau, 2015) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu hipotesis pertama yang diajukan penelitian ini yaitu:

*H1 : Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan*

### ***Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan***

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya (Ayu & Gerianta, 2018). Berdasarkan Teory signalling menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Ukuran perusahaan yang besar dan tumbuh bisa merefleksikan tingkat profit mendatang.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Suffah, 2016) dan (Setiawati & Lim, 2018), menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis kedua yang diajukan penelitian ini yaitu:

*H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan*

### ***Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan***

Umur perusahaan mencerminkan perusahaan tetap survive dan menjadi bukti bahwa perusahaan mampu bersaing dan dapat mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian. Umur perusahaan digunakan untuk mengukur pengaruh lamanya perusahaan beroperasi terhadap kinerja perusahaan (Savitri, 2014). Umur perusahaan yaitu lama perusahaan untuk tetap eksis dan mampu bersaing di dalam dunia usaha (Dewinta & Setiawan, 2016). Semakin lama perusahaan berdiri maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin lama suatu perusahaan berdiri maka investor sebagai penanam modal lebih percaya dibandingkan dengan yang baru berdiri, karena di asumsikan dengan aset yang banyak akan menghasilkan laba yang lebih tinggi dan perusahaan mampu bertahan, sehingga harga saham meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suffah, 2016) dan (Dewi & Wirajaya, 2013) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis ketiga yang diajukan penelitian ini yaitu:

*H3 : Umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan*

### ***Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan***

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, asset atau total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2014). Rasio profitabilitas mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional (Brigham & Houston, 2013). Pemegang saham dan calon investor akan menitikberatkan pada profitabilitas perusahaan dan risiko, karena kestabilan harga saham tergantung dengan tingkat keuntungan yang diperoleh dan dividen di masa datang. Oleh karena itu, profitabilitas dapat mempengaruhi harga saham yang artinya mempengaruhi nilai perusahaan dan kemakmuran pemegang saham.

Hasil penelitian yang dilakukan (Setyawati & Meliana, 2018) dan (Suffah, 2016) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka hipotesis keempat yang diajukan penelitian ini yaitu:

*H4 : Profitabiliutas berpengaruh terhadap nilai perusahaan*

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif dengan menggunakan uji Hipotesis. Data dalam penelitian yaitu data sekunder berupa *annual report* selama periode 2017-2019. Data ini diperoleh dari IDX data base ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)), Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2017-2019 sebanyak 78 perusahaan. Penentuan sampel menggunakan metode *Puposive sampling* dan diperoleh sample sebanyak 60 perusahaan. Adapun kriteria yang digunakan penulis dalam menentukan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel.1 Prosedur Pemilihan Sampel Penelitian

No.	Populasi	Jumlah
	Perusahaan Subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI padatahun 2017-2019	78
	<b>KriteriaSampel</b>	
1	Perusahaan subsector makanan dan minuman yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut selama periode tahun 2017-2019	(8)
2	Perusahaan subsector makanan dan minuman yang tidak mempublikasikan laporan keuangan bukan dalam satu mata uang rupiah (Rp)	(4)
3	Perusahaan sub sector makanan dan minuman yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap	(6)
	<b>Sampel penelitian</b>	<b>60</b>

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Adapun hasil dari uji normalitas data dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil uji Normalitas Data

<i>Kolmogorov- Smirnov Z</i>	<i>Asymp. Sig. (2- tailed)</i>	Keterangan
0,843	0,476	Data berdistribusi Normal

Sumber: Data yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diketahui bahwa besarnya nilai *Kolmogorov- Smirnov Z* sebesar 0,843 dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,476. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa semua data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antara variabel independen dengan menggunakan *Tolerance Value* dan *Varians Inflating Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Apabila nilai *Tolerance* di atas 0,10 dan *VIF* dibawah 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa hasil dari uji multikolinieritas, adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Struktur Modal (DER)	0,936	1,068	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> )	0,897	1,115	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Umur Perusahaan ( <i>Age</i> )	0,916	1,092	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Profitabilitas (ROE)	0,900	1,111	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 3. diatas, diketahui bahwasemua variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data bebas multikolinearitas.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah sebuah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Jika terjadi korelasi nama dinamakan problem autokorelasi. Autokorelasi terjadi karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Autokorelasi diuji dengan menggunakan *Durbin-Watson*. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa hasil uji Autokorelasi pada penelitian ini seperti pada tabel 4.berikut:

Tabel 4. Hasil uji Autokorelasi

<i>Durbin-Watson.</i>	<i>du</i>	<i>4-du</i>	Keterangan
2,193	1,727	2,556	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber: Data yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* pada tabel 4.5 diatas, diketahui bahwa besarnya nilai *Durbin-Watson* (d) sebesar 2,193. Karena nilai  $du < d < 4-du$  ( $1,727 < 2,193 < 2,556$ ) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi baik positif atau negatif.

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji *rank-Spearman* atau uji *Spearman Rho* yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi semua variabel bebas. Apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengalami masalah heteroskedastisitas dan sebaliknya. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Spearman Rho*, adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Sig. (2- tailed)</i>	Keterangan
Struktur Modal (DER)	0,356	Tidak Terjadi heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan (Size)	0,362	Tidak Terjadi heteroskedastisitas
Umur Perusahaan (Age)	0,866	Tidak Terjadi heteroskedastisitas
Profitabilitas (ROE)	0,134	Tidak Terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Spearman Rho* pada tabel 5. diketahui bahwa besarnya nilai *Sig. (2- tailed)* pada semua variabel lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### *Analisi Regresi Linier Berganda*

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	B	Std. Error	$t_{hitung}$	Sign.	Keterangan
(Constant)	-5,222	4,886	-1,069	0,290	
Struktur Modal (X1)	-5,559	5,272	-1,054	0,293	H <sub>1</sub> Ditolak
Ukuran Perusahaan (X2)	0,439	0,140	3,128	0,003	H <sub>2</sub> Diterima
Umur Perusahaan (X3)	-0,171	0,067	-2,552	0,014	H <sub>3</sub> Diterima
Profitabilitas (X4)	0,346	0,063	5,526	0,000	H <sub>4</sub> Diterima
R	0,702	<i>F hitung</i>	13,333		
R Square	0,492	<i>Probabilitas F</i>	0,000		
Adjusted R <sup>2</sup>	0,455				

Sumber: Data yang diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.7, dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$PBV = -5,222 - 5,559X_1 + 0,439X_2 - 0,171X_3 + 0,346X_4 + e$$

#### *Hasil Uji F*

Berdasarkan hasil uji F statistik, diketahui bahwa besarnya nilai Fhitung sebesar 13,333 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai probabilitasnya (0,000) lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2017-2019.

#### *Hasil Uji T*

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh antara satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependennya. Hasil dari pengujian uji t yang dijabarkan pada tabel 6 dan dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian Hipotesis pertama (H1)  
Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel struktur modal (X1) memperoleh nilai signifikansi *p-value* sebesar 0,296 > 0,05. Maka H<sub>1</sub> ditolak yang artinya bahwa tidak terdapat pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
2. Hasil pengujian Hipotesis Kedua (H2)  
Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan (X2) memperoleh nilai signifikansi *p-value* sebesar 0,003 < 0,05, maka H<sub>2</sub> diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Hasil pengujian Hipotesis Ketiga (H3)  
Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel umur perusahaan (X3) memperoleh nilai signifikansi *p-value* sebesar 0,014 < 0,05, maka H<sub>3</sub> diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh umur perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Hasil pengujian Hipotesis Keempat (H4)  
Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa profitabilitas (X4) memperoleh nilai signifikansi *p-value* sebesar 0,000 < 0,05, maka H<sub>4</sub> diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

#### *Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)*

Berdasarkan hasil uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada tabel 6., diketahui bahwa besarnya nilai Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,492. Hal ini mengandung pengertian bahwa besarnya pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan

profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 49,2%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 50,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## **Pembahasan**

### ***Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan***

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel struktur modal memperoleh nilai signifikansi *p-value* sebesar  $0,296 > 0,05$ . Maka  $H_1$  ditolak yang artinya bahwa tidak terdapat pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal merupakan rasio hutang dan rasio ekuitas terhadap total modal perusahaan (Minh Ha & Tai Le, 2017). Bagi setiap perusahaan, keputusan dalam pemilihan sumber dana merupakan hal penting sebab hal tersebut akan mempengaruhi struktur keuangan perusahaan, yang akhirnya akan memengaruhi kinerja perusahaan (Suryani, 2015). Dalam teori agensi, pendekatan pengawasan eksternal yang dilakukan melalui penggunaan hutang. Penambahan hutang dalam struktur modal dapat mengurangi penggunaan saham sehingga meminimalisasi biaya keagenan ekuitas (Irawan & Kusuma, 2019). Akan tetapi, perusahaan memiliki kewajiban untuk mengembalikan pinjaman dan membayarkan beban bunga secara periodik. Selain itu penggunaan hutang yang terlalu besar juga akan menimbulkan konflik keagenan antara *shareholders* dengan *debtholders* sehingga memunculkan biaya keagenan hutang. Biaya keagenan tersebut tidak akan menyebabkan berubahnya nilai perusahaan (Suryani, 2015).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suryani, 2015) dan (Fau, 2015) yang menemukan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### ***Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan***

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai signifikansi *p-value* sebesar  $0,003 < 0,05$ , maka  $H_2$  diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya (Ayu & Gerianta, 2018). Berdasarkan *Teory signalling* menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Ukuran perusahaan yang besar dan tumbuh bisa merefleksikan tingkat profit mendatang (Mikhy & Vivi, 2016). Ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi. Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah. Tingkat kepercayaan investor juga dapat diukur melalui ukuran perusahaan (Eka, 2017). Semakin besar perusahaan, maka semakin di kenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva yang tinggi akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Ramadhan, 2012).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Siahaan, 2013), dan (Ayu & Gerianta, 2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### ***Pengaruh umur perusahaan terhadap Nilai Perusahaan***

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel umur perusahaan memperoleh nilai signifikansi *p-value* sebesar  $0,014 < 0,05$ . Sehingga  $H_3$  diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh umur perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis data juga diketahui bahwa nilai koefisien yang didapatkan bernilai negatif yang artinya bahwa semakin lamanya suatu perusahaan berdiri,

akan menyebabkan menurunnya nilai perusahaan. Menurunnya nilai perusahaan ini diakibatkan karena semakin lamanya suatu perusahaan berdiri, maka perusahaan tersebut akan cenderung kaku dan informasinya kurang up to date. Hal ini menyebabkan perusahaan tersebut kurang dapat mengikuti perkembangan yang ada, sehingga kurang diminati oleh investor yang menyebabkan nilai perusahaan menurun (Gunawan & Juniarti, 2014).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Harahap, 2019) serta (Dewinta & Setiawan, 2016) yang menemukan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### ***Pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan***

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa profitabilitas memperoleh nilai signifikansi  $p\text{-value}$  sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_4$  diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, asset atau total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2014). Rasio profitabilitas mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional. Pemegang saham dan calon investor akan menitikberatkan pada profitabilitas perusahaan dan risiko, karena kestabilan harga saham tergantung dengan tingkat keuntungan yang diperoleh dan dividen di masa datang. Oleh karena itu, profitabilitas dapat mempengaruhi harga saham yang artinya mempengaruhi nilai perusahaan dan kemakmuran pemegang saham (Brigham & Houston, 2013). Berdasarkan *Signalling theory* investor akan meningkatkan permintaan saham apabila profitabilitas perusahaan meningkat, dan di sisi lain juga meningkatkan nilai perusahaan. Investor akan tertarik dengan nilai ROE yang tinggi karena ROE adalah rasio yang langsung menghitung pengembalian terhadap ekuitas yang ditanamkan oleh investor. ROE yang meningkat tentu meningkatkan permintaan terhadap saham dari perusahaan terkait, sehingga nilai dari perusahaan pun ikut terdongkrak (Hermuningsih, 2013).

Hasil penelitian yang dilakukan (Setyawati & Meliana, 2018) dan (Suffah, 2016) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Data dalam penelitian ini diperoleh dari IDX data base ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)), populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2017-2019 sebanyak 78 perusahaan. Penentuan sampel menggunakan metode *Purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 60 perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa, variabel ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **LIMITASI DAN STUDI LANJUTAN**

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik. Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini yaitu: Penelitian ini memiliki keterbatasan pada waktu dan sampel perusahaan, sehingga untuk mendapatkan hasil yang lebih baik diharapkan agar penelitian selanjutnya menambahkan jumlah waktu dan sampel yang digunakan. Peneliti hanya menggunakan variabel struktur modal, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu, diharapkan agar penelitian selanjutnya menggunakan variabel yang berbeda.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

## REFERENSI

Alfredo, M. (2011). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. Denpasar: Universitas Udayana.

Andriyani, R., & Mudjiyanti, R. (2017). Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Leverage, Jumlah Dewan Komisaris Independen, dan Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan Internet Financial Reporting di Bursa Efek Indonesia. *Kompartemen*, 25 (1), 67-81.

Ayu, P., & Gerianta, W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.23. No.2*, 957-981.

Bestivano, W. (2013). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas dan Financial Leverage terhadap Perataan Laba pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI*. Padang: Universitas Negeri Padang.

Brigham, E., & Houston, J. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba.

Dewi, A., & Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana vol. 4 (2)*, 358–372.

Dewinta, I., & Setiawan, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.14, (No. 3)*, 1584-1613.

Eka, I. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi Volume 10 (2)*, 333 – 348.

Fau, N. (2015). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Gunawan, & Juniarti. (2014). Pengaruh Family Control, Firm Risk, Size, dan Age Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi. *BUSINESS ACCOUNTING REVIEW, VOL. 2, NO 1*, 41-50.

Harahap, R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal Manajemen Tool*, 11(1), 24-37.

Haryadi, E. (2016). Pengaruh Size Perusahaan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Universitas Serang Raya, Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Vol.3 No.2*, 1-15.

Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*. Volume 17 (1), 66-81.

Jensen, & Meckling. (1976). The Theory Of The Firm: Manajerial Behaviour, Agency Cost, And Ownership Structure. *Journal Of Financial And Economics*, 3 (1), 305-360.

Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Loncan, T., & Caldeira, J. (2014). Capital Structure , Cash Holdings and Firm Value : a Study of Brazilian Listed Firms. *Journal of Financial Economics*, 25 (1), 46-59.

Martono, & Harjito, A. (2010). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.

Massie, e. (2017). Analisis Finansial Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Consumer Goods Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2011 - 2016. *Jurnal EMBA*, Vol. 5 (1), 85-94.

Mikhy, N., & Vivi, L. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.5 No.9 , 5671-5694.

Minh Ha, G., & Tai Le, M. (2017). Impact of Capital Structure and Cash Holdings on Firm Value : Case of Firm Listed on the Ho Chi Minh Stock Exchange. *International Journal of Economic and Financial*. Vol. 7 (1), 24-30.

Nurminda, e. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1*, 151-163.

Rachmawati, E., & Purwanti, S. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, debt to equity ratio (DER), rating bond dan maturitas terhadap yield obligasi pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu Manajemen, Universitas Muhammadiyah Palembang*, Vol. 5, No. 2, 186-199.

Ramadhan, W. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Audit Delay pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Daftar Efek Syariah tahun 2008-2010*. Yogyakarta: Library UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Sari, O. (2013). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Analisis Manajemen*, vol. 2 (2), 1-7.

Sartono, A. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.

Savitri, D. (2014). Analisis Prediktor Kebangkrutan Terbaik Dengan Menggunakan Metode Altman, Springate Dan Zmijewski Pada Perusahaan Delisting Dari Bursa Efek Indonesia Tahun 2012. *Jurnal E-Proc. Universitas Telkom*, 1-15.

Setiawati, L., & Lim, M. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pengungkapan Sosial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 1-17.

Setyawati, L., & Meliana, L. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial terhadap Nilai Perusahaan Pada perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12 (1), 29-57.

Siahaan. (2013). The Effect of Good Corporat Governance Mechanism, Leverage, and Firm Size on Firm Value. *GSTF Journal on Business Review*, vol. 4 (1), 11-19.

Suffah, R. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Deviden Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol.5, No.2, 44-61.

Sulasmiyati, S. (2016). *Analisis Return On Investment (ROI) dan Residual Income (RI) untuk menilai Kinerja Keuangan Perusahaan*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Sunaryo, D. (2020). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013 -2018. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, Vol. 3, No.1, 18-35.

Suryani, M. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar pada BEI Tahun 2010-2013). *Jurnal Manajemen Vol. 13 (1)*, 183-212.

Suta, A. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela Laporan Tahunan. *Jurnal Akuntansi Indonesia Vol.1, No.1*, 1-15.

Tarmiji. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Tirtayasa EKONOMIKA*, 14(2), 171-186.

Wijaya, M. (2014). Pengaruh Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Politeknik Sekayu ( ACSY ) vol. I (1)*, 52-58.

Wiyono, G., & Kusuma, H. (2017). *Manajemen Keuangan Lanjutan Berbasis Corporate Value Creation, Edisi 1*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Yunietha, & Palupi, A. (2017). *Pengaruh Corporate Governance dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Publik Non Keuangan*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti.