

KEBIJAKAN DIVIDEN, REPUTASI AUDITOR DAN FAKTOR FAKTOR PENENTU NILAI PERUSAHAAN

SELLA TRINITA
INDRA ARIFIN DJASHAN

Trisakti School of Management, Jl. Kyai Tapa No. 20, Jakarta, Indonesia
sellatrinitalie09@gmail.com , indra@stietrisakti.ac.id

Received: February 8, 2025, Revised: February 12, 2025, Accepted: February 17, 2025

Abstract: *This study aims to obtain empirical evidence regarding the influence of dividend policy, public accounting firm reputation, and other factors on firm value. In this study, there are seven independent variables, namely dividend policy, profitability, capital structure, liquidity, firm size, firm age, and public accounting firm reputation. The sample consists of 105 data points from 35 companies in the consumer cyclicals and consumer non-cyclicals sectors listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020–2022 period. The sample selection was conducted using the purposive sampling method, while data analysis was performed using multiple regression analysis. The results indicate that dividend policy, profitability, and capital structure have an impact on firm value.*

Keywords: *Capital Structure, Company Size, Dividend Policy, Firm Value, Liquidity, Reputation of Public Accounting Firms*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kebijakan dividen, reputasi kantor akuntan publik, dan faktor lainnya terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, terdapat tujuh variabel independen, yaitu kebijakan dividen, profitabilitas, struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan reputasi kantor akuntan publik. Sampel yang digunakan terdiri dari 105 data dari 35 perusahaan di sektor consumer cyclicals dan consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020–2022. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, sementara analisis data menggunakan metode multiple regression. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen, profitabilitas, dan struktur modal memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Kebijakan Dividen, Likuiditas, Nilai Perusahaan, Reputasi Kantor Akuntan Publik, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi yang pesat meningkatkan ekonomi dan menyebabkan munculnya banyak perusahaan baik kecil maupun besar, sehingga menciptakan persaingan antar perusahaan [Steven dan Suparmun \(2019\)](#). Tujuan utama seorang

manajemen keuangan adalah untuk meningkatkan kinerja agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut [Steven dan Suparmun \(2019\)](#) nilai perusahaan sangat penting karena berhubungan langsung dengan para pemegang saham dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan kekayaan dari

para pemegang saham dan pemangku kepentingan.

Nilai perusahaan sangat penting bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan karena mencerminkan bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi akan menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi, yang akan menarik lebih banyak calon investor untuk berinvestasi dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan umumnya memiliki dua tujuan yaitu jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal, sementara dalam jangka panjang adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan agar dapat memakmurkan dan menyejahterahkan para pemegang saham atau investor.

Selain itu, perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan cara menjaga kepercayaan dari para investor dan juga masyarakat terhadap kinerja perusahaan yang baik sejak perusahaan berdiri hingga saat ini. Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki oleh perusahaan dan semakin tinggi nilai perusahaan maka perusahaan akan memiliki citra yang semakin baik. Nilai perusahaan identik dengan harga saham, sehingga semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi nilai dalam sebuah perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah harga saham maka akan semakin rendah juga nilai dalam sebuah perusahaan.

Permasalahan pada nilai perusahaan masih marak terjadi terutama di beberapa perusahaan besar sehingga diperlukan pengembangan dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini mereplikasi dari [Fadhilah et al. \(2022\)](#) dimana bertujuan untuk membuktikan pengaruh kebijakan dividen, profitabilitas, struktur modal, likuiditas, dan ukuran perusahaan, beserta dengan ukuran perusahaan yang mengacu pada penelitian [Susanti dan Restiana \(2018\)](#), dan reputasi kantor akuntan publik (RKAP) yang mengacu

pada penelitian [Saputri dan Widiyati \(2022\)](#) terhadap nilai perusahaan.

Teori Keagenan

Teori keagenan menggambarkan hubungan antara agen dan *principal*, dimana *principal* memberikan wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang menguntungkan *principal* dengan tujuan untuk mengoptimalkan laba [Supriyono \(2018\)](#), teori agensi merupakan seperangkat kontrak antara pemilik sumber daya ekonomi (*principal*) dan manajer (agen) yang mengelola dan mengendalikan sumber daya tersebut. Menurut teori keagenan, individu cenderung termotivasi oleh kepentingan pribadi yang dapat menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dengan agen. Hal ini menyebabkan manajer seringkali bertindak untuk kepentingan pribadi daripada kepentingan perusahaan [Steven dan Suparmun \(2019\)](#).

Menurut [Afifah dan Susanty \(2019\)](#), biaya keagenan muncul ketika tujuan *principal* dan agen berbeda. Untuk mengurangi masalah ini, maka manajemen perusahaan harus bekerja dibawah pengawasan investor atau para pemegang saham, sehingga keduanya mendapatkan keuntungan yang adil [Abbas et al. \(2021\)](#). Teori agensi berkaitan erat dengan nilai perusahaan karena konflik kepentingan antara *principal* dan agen dapat mempengaruhi keputusan yang berdampak pada nilai perusahaan. [Gitman \(2015\)](#) menekankan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan, penting bagi manajemen untuk membuat keputusan yang sejalan dengan kepentingan pemegang saham. Ketika manajer bertindak lebih untuk kepentingan pribadi mereka daripada untuk kepentingan perusahaan, yang dapat mengurangi kepercayaan investor dan menurunkan harga saham yg akan menurunkan nilai perusahaan.

[Alfinur \(2016\)](#) menyatakan bahwa untuk meningkatkan nilai perusahaan, manajer perlu mengatasi konflik kepentingan dengan pemilik perusahaan dengan cara memastikan bahwa

tujuan manajemen selaras dengan tujuan pemegang saham, misalnya dengan melalui kebijakan kompensasi yang berkaitan dengan kinerja perusahaan. Dengan demikian, manajer termotivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan yang juga akan meningkatkan kekayaan pemegang saham. [Steven dan Suparmun \(2019\)](#) menjelaskan bahwa nilai perusahaan tercermin dari nilai pasar dan harga sahamnya. Dengan mengurangi konflik kepentingan dan biaya keagenan, manajer dapat membuat keputusan yang lebih baik, meningkatkan kinerja perusahaan dan akan meningkatkan nilai dari perusahaan.

Teori Sinyal

Teori sinyal menggambarkan kondisi sebuah perusahaan kepada investor sebagai bentuk tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Perusahaan dapat menghasilkan keuntungan atau kerugian, yang kemudian menjadi berita di pasar modal. Keuntungan akan memberikan sinyal positif yang dapat menarik investor, sedangkan kerugiannya akan memberikan sinyal negatif [Sembiring dan Trisnawati \(2021\)](#). Sinyal adalah tindakan manajemen yang memberikan petunjuk kepada investor tentang prospek perusahaan dimasa yang akan datang [Brigham et al. \(2014\)](#).

Menurut [Godfrey et al. \(2010,375\)](#) teori sinyal menekankan pentingnya informasi yang diungkapkan oleh perusahaan dalam mempengaruhi keputusan investasi pihak eksternal. Informasi sangat penting bagi investor dan pelaku bisnis karena memberikan gambaran tentang status perusahaan di masa lalu, sekarang, dan masa depan, serta dampaknya terhadap pasar. Investor dipasar modal memerlukan informasi yang relevan, lengkap, akurat, dan tepat waktu sebagai alat analisis dalam membuat sebuah keputusan investasi.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan masyarakat setelah perusahaan

melalui proses panjang sejak didirikan [Denziana dan Monica \(2016\)](#), [Franita \(2016\)](#) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang disepakati untuk dijual. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran investor, sementara harga saham yang rendah akan menurunkan nilai perusahaan dan menimbulkan pandangan negatif dari investor [Stephanie dan Agustina \(2021\)](#). Hal ini terjadi karena harga saham mencerminkan nilai aset perusahaan yang sebenarnya yang dipengaruhi oleh peluang investasi. [Maharani \(2022\)](#) menyatakan bahwa peluang investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa depan dan dapat meningkatkan harga saham.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *proxy Price To Book Value (PBV)*. Dalam penelitian ini PBV adalah perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan harga buku per lembar saham.

Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Menurut [Afifah dan Susanty \(2019\)](#) besarnya dividen akan mempengaruhi harga dari saham karena ekspektasi positif investor terhadap sebuah perusahaan. Menurut penelitian [Fadhilah et al. \(2022\)](#) kebijakan dividen memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [Afifah dan Susanty \(2019\)](#) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [Rahma dan Arifin \(2021\)](#) dan [Steven dan Suparmun \(2019\)](#) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₁: Kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut [Rahma dan Arifin \(2021\)](#) tingginya rasio profitabilitas memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini

membuat saham perusahaan menjadi lebih menarik bagi investor dan permintaan saham yang tinggi akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Menurut penelitian dari [Fadhilah et al. \(2022\)](#), [Rahma dan Arifin \(2021\)](#), dan [Rivandi dan Septiano \(2021\)](#) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [Muharramah dan Hakim \(2022\)](#) dan [Septiana dan Mahaeswari \(2019\)](#) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₂: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Menurut [Ramdhonah et al. \(2019\)](#) manajemen harus membuat keputusan terkait struktur modal untuk menjaga kelangsungan perusahaan. Struktur modal melibatkan keputusan finansial mengenai proporsi hutang dan ekuitas yang digunakan perusahaan. Menurut penelitian [Fadhilah et al. \(2022\)](#), [Afifah dan Susanty \(2019\)](#), dan [Sembiring dan Trisnawati \(2021\)](#) menyatakan bahwa struktur modal tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [Ramdhonah et al. \(2019\)](#), dan [Susanti et al. \(2018\)](#) menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃: Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek tepat waktu. Menurut [Afifah dan Susanty \(2019\)](#), tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya dan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi. Menurut penelitian [Fadhilah et al. \(2022\)](#) likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang

dilakukan oleh [Ramadhan dan Rahayuningsih \(2019\)](#) menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₄: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dengan total aktiva tinggi biasanya memiliki arus kas yang baik dan menunjukkan bahwa perusahaan cenderung memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Menurut penelitian [Fadhilah et al. \(2022\)](#) dan [Afifah dan Susanty \(2019\)](#) ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [Ramdhonah et al. \(2019\)](#) dan [Lestari dan Suhardi \(2020\)](#) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₅: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

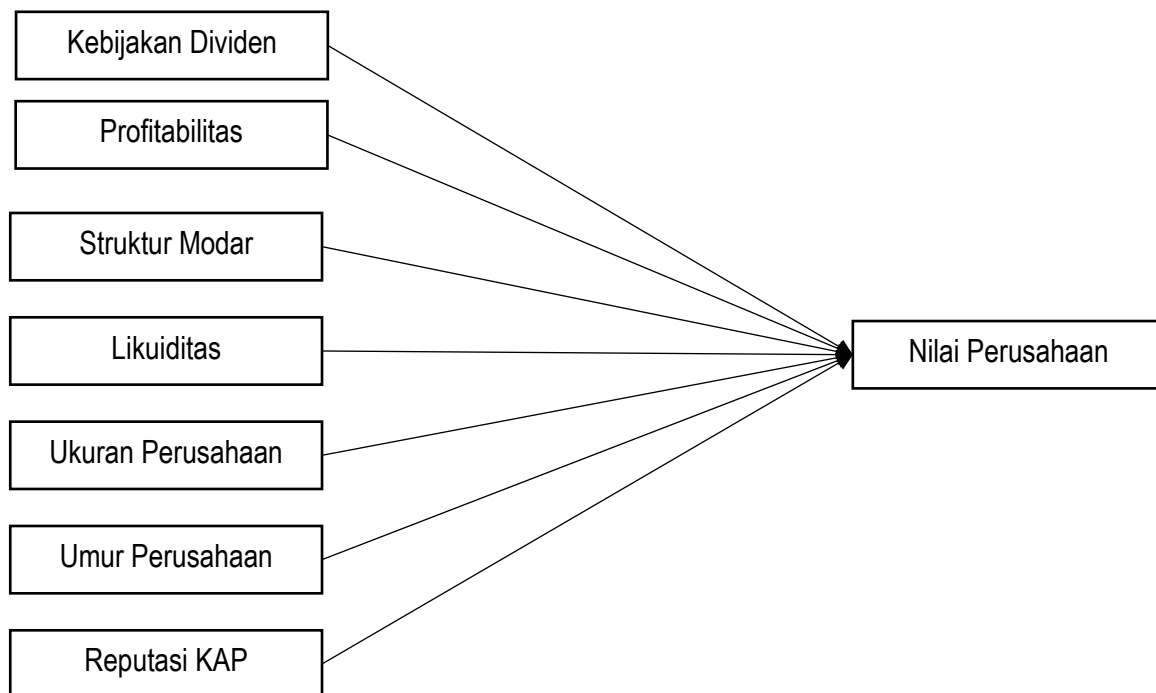
Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang telah lama berdiri dianggap lebih tahan uji dan berisiko rendah, sehingga akan menarik bagi investor. Pengalaman dalam menghasilkan *return* meningkatkan minat investor untuk menanamkan modal. Menurut [Wati et al. \(2022\)](#), [Yulianto dan Widayasi \(2020\)](#) dan [Susanti dan Restiana \(2018\)](#) menunjukkan umur perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh [Dewi dan Susanto \(2022\)](#) menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

H₆: Umur perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Reputasi Kantor Akuntan Publik terhadap Nilai Perusahaan

Menurut [Susanti et al. \(2018\)](#) reputasi kantor akuntan publik sangat penting dan mempengaruhi kredibilitas perusahaan saat IPO.



Gambar 1. Model Penelitian

Laporan keuangan yang dapat dipercaya bergantung pada reputasi auditor yang melakukan audit. Menurut penelitian [Susanti et al. \(2018\)](#) reputasi kantor akuntan publik memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian

H₇: Reputasi kantor akuntan publik berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pada sektor *consumer cyclicals* dan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020 hingga 2022.

Penelitian menggunakan purposive sampling dalam pengumpulan data. Pemilihan sampel yang digunakan terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Prosedur Pemilihan Sampel

Deskripsi Kriteria	Jumlah Perusahaan	Jumlah Data
Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> dan <i>non-cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara konsisten dari tahun 2020-2022	208	624
Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> dan <i>non-cyclicals</i> yang tidak melakukan penerbitan laporan keuangan tahun buku yang berakhir 31 desember dari tahun 2020-2022	(14)	(42)
Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> dan <i>non-cyclicals</i> yang laporan keuangannya tidak menggunakan rupiah dari tahun 2020-2022	(14)	(42)
Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> dan <i>non-cyclicals</i> yang tidak memiliki laba bersih dari tahun 2020-2022	(42)	(126)
Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> dan <i>non-cyclicals</i> yang tidak membagikan dividen dari tahun 2020-2022	(103)	(309)
Total	35	105

Nilai Perusahaan merupakan ukuran keuangan yang mencerminkan nilai pasar dari sebuah perusahaan yang dihitung berdasarkan harga saham. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dimasa depan. Nilai perusahaan dapat diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) [Fadhilah et al. \(2022\)](#) dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

Kebijakan Dividen merupakan keputusan mengenai seberapa besar keuntungan yang akan dibagikan kepada pemegang saham. Menurut [Fadhilah et al. \(2022\)](#) kebijakan dividen dapat diukur dengan *dividend payout ratio* (DPR) dengan rumus:

$$DPR = \frac{\text{Dividend per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

Profitabilitas merupakan ukuran untuk menilai sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari investasi pemegang saham. Rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi menguntungkan yang memberikan sinyal positif bagi investor. Menurut [Fadhilah et al. \(2022\)](#) profitabilitas dapat diukur dengan *return on asset* (ROA) dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

Struktur Modal merupakan perbandingan antara total kewajiban dan total ekuitas perusahaan yang diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER). DER yang tinggi menunjukkan risiko yang besar karena banyaknya modal pinjaman yang digunakan. Menurut [Fadhilah et al. \(2022\)](#) struktur modal dapat diukur dengan *debt to equity ratio* (DER) dengan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

Likuiditas merupakan rasio yang menilai kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek tepat waktu. Tingkat likuiditas yang tinggi menurunkan risiko gagal bayar kepada kreditor dan menarik investor, serta menunjukkan arus kas dan pemanfaatan aktiva lancar yang efisien. Menurut [Fadhilah et al. \(2022\)](#), likuiditas dapat diukur dengan *current ratio* (CR) dengan rumus:

$$CR = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

Ukuran Perusahaan merupakan klasifikasi perusahaan kedalam kategori besar, sedang dan kecil berdasarkan total aset yang dimiliki. Menurut [Fadhilah et al. \(2022\)](#), ukuran perusahaan menggunakan skala rasio dengan rumus:

$$SIZE = \ln(\text{total asset})$$

Umur Perusahaan merupakan lamanya perusahaan beroperasi dan mencerminkan tingkat pengalaman dalam menghadapi persaingan. Menurut [Susanti dan Restiana \(2018\)](#) umur perusahaan dapat diukur dengan rumus:

AGE = Tahun Penelitian – Tahun Berdirinya Perusahaan

Reputasi KAP merupakan kredibilitas dari kantor akuntan publik (KAP) yang mengaudit laporan keuangan perusahaan yang akan *go public* untuk pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Menurut [Saputri dan Widiyati \(2022\)](#) reputasi KAP dapat diukur dengan menggunakan variabel *dummy* dimana auditor dari *big four* diberi skor 1 dan auditor *non big four* diberi skor 0 berdasarkan rekanan KAP periode 2020-2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan laporan keuangan perusahaan pada sektor *consumer cyclical*s dan sektor *consumer non-cyclical*s

Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-Rata	Standar Deviasi
PBV	105	0,0380	56,7919	3,3131	7,6812
DPR	105	0,0427	17,1233	0,8253	2,0154
DER	105	0,1024	4,4131	1,0204	0,9850
ROA	105	0,0001	0,3489	0,0807	0,0609
CR	105	0,6082	12,7572	2,8387	2,1704
SIZE	105	27,2637	32,8264	29,5738	1,3770
AGE	105	13	116	45,63	23,220
RKAP	105	0	1	0,60	0,4922

Sumber: Data Diolah

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020-2022.

Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai tertinggi sebesar 56,7919 yang dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) pada tahun 2020, sedangkan nilai terendahnya sebesar 0,0380 yang dimiliki oleh Budi Starch & Sweetener Tbk. (BUDI) pada tahun 2021. Nilai rata-rata pada variabel ini sebesar 3,3131 dengan standar deviasi sebesar 7,6812.

Kebijakan Dividen (DPR) memiliki nilai tertinggi sebesar 17,1233 yang dimiliki oleh Bayu Buana Tbk. pada tahun 2021, sedangkan nilai terendahnya sebesar 0,0427 yang dimiliki oleh Wismilak Inti Makmur Tbk. (WIIM) pada tahun 2020. Nilai rata-rata pada variabel ini sebesar 0,8253 dengan standar deviasi sebesar 2,0154.

Struktur Modal (DER) memiliki nilai tertinggi sebesar 4,4131 yang dimiliki oleh Millennium Pharmacon International Tbk. (SDPC) pada tahun 2022, sedangkan nilai terendahnya sebesar 0,1024 yang dimiliki oleh Indospring Tbk. (INDS) pada tahun 2020. Nilai rata-rata pada variabel ini sebesar 1,0204 dengan standar deviasi sebesar 0,9850.

Profitabilitas (ROA) memiliki nilai tertinggi sebesar 0,3489 yang dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) pada tahun 2020, sedangkan nilai terendahnya sebesar 0,0001 yang dimiliki oleh perusahaan Buyung Poetra Sembada Tbk. (HOKI) pada tahun 2022.

Nilai rata-rata pada variabel ini sebesar 0,0807 dengan standar deviasi sebesar 0,0609.

Likuiditas (CR) memiliki nilai tertinggi sebesar 12,7572 yang dimiliki oleh Hartadinata Abadi Tbk. (HRTA) pada tahun 2020, sedangkan nilai terendahnya sebesar 0,6082 yang dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) pada tahun 2022. Nilai rata-rata pada variabel ini sebesar 2,8387 dengan standar deviasi sebesar 2,1704.

Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki nilai tertinggi sebesar 32,8264 yang dimiliki oleh Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) pada tahun 2022, sedangkan nilai terendahnya sebesar 27,2637 yang dimiliki oleh Bayu Buana Tbk. (BAYU) pada tahun 2020. Nilai rata-rata pada variabel ini sebesar 29,5738 dengan standar deviasi sebesar 1,3770.

Umur Perusahaan (AGE) memiliki nilai tertinggi sebesar 116 yang dimiliki oleh PP London Sumatra Indonesia Tbk. (LSIP) pada tahun 2022, sedangkan nilai terendahnya sebesar 13 yang dimiliki oleh Midi Utama Indonesia Tbk. (MIDI) pada tahun 2020. Nilai rata-rata pada variabel ini sebesar 45,63 dengan standar deviasi sebesar 23,220.

Reputasi KAP (RKAP) memiliki nilai tertinggi sebesar 1 yang dimiliki oleh perusahaan yang diaudit oleh *big four* dan nilai terendahnya sebesar 0 yang dimiliki oleh perusahaan yang tidak diaudit oleh *big four* dari tahun 2020 hingga 2022. Nilai rata-rata pada

Tabel 3 Hasil Uji Statistik F

Model	Sig.
1	0,000

Sumber: Data diolah

Tabel 4 Hasil Uji Statistik T

Variabel	B	Sig.	Hasil
	-14,992	0,170	
DPR	0,681	0,002	Diterima
DER	3,002	0,000	Diterima
ROA	99,843	0,000	Diterima
CR	-0,387	0,096	Ditolak
SIZE	0,301	0,420	Ditolak
AGE	-0,023	0,243	Ditolak
RKAP	-0,151	0,881	Ditolak

Sumber: Data Diolah

variabel ini sebesar 0,6000 dengan standar deviasi sebesar 0,4922.

Berdasarkan hasil Uji F yang telah dilakukan, menunjukkan nilai Sig. 0,000 ($\alpha \leq 0,05$) artinya nilai tersebut dibawah nilai signifikansi (0,05). Sehingga model ini fit dan layak untuk digunakan.

Berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan, dapat dilihat dari tabel 4, menunjukkan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$PBV = -14,992 + 0,681 \text{ DPR} + 3,002 \text{ DER} + 99,843 \text{ PROF} - 0,387 \text{ CR} + 0,301 \text{ SIZE} - 0,023 \text{ AGE} - 0,151 \text{ RKAP} - \epsilon$$

Kebijakan dividen (DPR) memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,002 artinya H₁ diterima sehingga kebijakan dividen memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal (DER) memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000 artinya H₂ diterima sehingga struktur modal memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas (ROA) memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000 artinya H₃ diterima sehingga profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas (CR) memiliki nilai signifikan diatas 0,05 yaitu 0,096 artinya H₄ ditolak sehingga likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai signifikan diatas 0,05 yaitu 0,420 artinya H₅ ditolak sehingga ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Umur perusahaan (AGE) memiliki nilai signifikan diatas 0,05 yaitu 0,243 artinya H₆ ditolak sehingga umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Reputasi kantor akuntan publik (RKAP) memiliki nilai signifikan diatas 0,05 yaitu 0,881 artinya H₇ ditolak sehingga reputasi kantor akuntan publik tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Dari penelitian yang melibatkan 35 perusahaan dengan total 105 data dari perusahaan pada sektor *consumer cyclicals* dan *non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 2020 hingga 2022. Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa kebijakan dividen, struktur modal dan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel lain seperti likuiditas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan reputasi kantor akuntan publik (RKAP) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu (1) periode penelitian yang

masih tergolong singkat yaitu hanya mencakup 3 tahun yaitu dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 sehingga belum dapat menggambarkan pengaruh variabel dalam jangka panjang. (2) data residual penelitian yang digunakan tidak berdistribusi normal bahkan setelah dilakukan uji *outlier*. (3) masalah heteroskedastisitas yang terjadi pada satu variabel yaitu profitabilitas.

Untuk mengatasi keterbatasan yang dialami, peneliti memiliki beberapa rekomendasi

yang dapat dilakukan selanjutnya, yaitu (1) periode penelitian yang dilakukan dapat diperpanjang, yaitu lebih dari tiga tahun agar dapat menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara jangka panjang. (2) menambahkan data penelitian untuk mengatasi data yang tidak berdistribusi normal. (3) mengubah atau mengganti variabel independen dalam penelitian yang memiliki masalah pada heteroskedastisitas.

REFERENCES

- Abbas, Dirvi Surya, Ubay Dillah, and Sutardji Sutardji. 2021. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 17 (01): 42–49. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i01.274>.
- Affah, Zahra, and Meinie Susanty. 2019. Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non-Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 21 (1): 83–96.
- Alfinur. 2016. Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Listing di BEI. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*.
- Brigham, Eugene F dan Joel F. Houston. 2014. *Fundamentals of Financial Management*, 14th Edition. Mason: South-Western Cengage Learning.
- Denziana. 2016. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 4 (August): 30–59.
- Dewi, Cynthia, and Liana Susanto. 2022. Dewi Dan Susanto: Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Kepemilikan Institusional, Dan Umur Perusahaan IV (2): 540–49.
- Franita, R. 2016. Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mediasi*, Vol.05, No.02: 72-89.
- Gitman, Lawrence J. (2015). *Principles of Management Finance* 12th Edition. Boston: Pearson Education, Inc.
- Godfrey, Jayne. 2010. *Accounting Theory* 7th Edition by Jayne Godfrey.
- Juninho, Arima Ramadhan, and Ariyanti Rahayuningsih Deasy. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 21 (1a-2): 153–62. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>.
- Lestari, Arista Sri Ayu, and Suhardi. 2020. Pengaruh Keputusan Investasi, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 60–73.
- Maharani, Yustika. 2022. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Malahayati* 10 (2): 97–103. <https://doi.org/10.33024/jrm.v10i2.4902>.
- Muharramah, Rizqia, and Mohamad Zulman Hakim. 2022. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5 (3): 1433–40. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2465>.
- Nur Fadhilah, Nisrina, and Destria Kurniati. 2022. Firm Value Determinants: Empirical Evidence From Manufacturing Firms Listed On The Indonesia Stock Exchange.
- Rahma, Sarah Syarifah, and Atwal Arifin. 2021. Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal Cendekia Akuntansi* 2 (2): 2337–3806.
- Ramdhonah, Zahra, Ikin Solikin, and Maya Sari. 2019. Pengaruh Struktur Modal , Ukuran Perusahaan , Pertumbuhan Perusahaan , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017) 7 (1): 67–82. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>.
- Rivandi, Muhammad, and Renil Septiano. 2021. Pengaruh Intellectual Capital Disclosure Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti* 8 (1): 123–36. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i1.7631>.

- Sembiring, Selvi, and Ita Trisnawati. 2021. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 17 (01): 42–49. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i01.274>.
- Septriana, Ira, and Haniif Fitri Mahaeswari. 2019. Pengaruh Likuiditas , Firm Size , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 8 (2): 109–23.
- Stephanie, and Dewi Agustina. 2021. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 17 (01): 42–49. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i01.274>.
- Steven, and Haryo Suparmun. 2019. Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Non-Keuangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 21 (1a-2): 131–40.
- Supriyono. 2018. Agency Theory Supriyono 2018.
- Susanti, Neneng, and Nanda Gyska Restiana. 2018. *What's the Best Factor to Determining Firm Value?* *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 22 (2). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1529>.
- Wati, Komang Ayu Kusuma, Ni Luh Putu Widhiastuti, and Ni Luh Gde Novitasari. 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan 4 (1): 254–63.
- Yemima Saputri, Nathasya, and Dian Widiyati. 2022. Company Value: Interest Rate, Financial Distress, And Reputation of KAP. <https://doi.org/10.47709/governors.v1i3.1854>.
- Yulianto, and Widiasasi. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 4 (2): 28. <https://doi.org/10.31000/c.v4i2.2646>.