

Studi Literatur Review: Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan: Strategi Diversifikasi, Manajemen Laba dan Struktur Modal

Dhea Putri Utamy^{1*}, Cris Kuntadi², Rachmat Pramukty Warsoyo³

¹ Dhea Putri Utamy, e-mail: 202010315050@mhs.ubharajaya.ac.id

² Cris Kuntadi, e-mail: cris.kuntadi@dsn.ubharajaya.ac.id

³ Rachmat Pramukty Warsoyo, e-mail: rachmat.pramukty@dsn.ubharajaya.ac.id

**Corresponding Author : Dhea Putri Utamy*

Abstrak: Dalam artikel ini, membahas mengenai faktor-faktor dari Nilai Perusahaan, yaitu Strategi Diversifikasi, Manajemen Laba dan Struktur Modal.

Tujuan : Tujuan dari artikel ini adalah untuk membuat hipotesis tentang hubungan antar variabel. Dalam penelitian atau artikel ilmiah, penelitian terdahulu atau penelitian yang relevan sangat penting. Studi sebelumnya mendukung teori dan fenomena yang berkaitan dengan antar variable yang saling berhubungan dan berpengaruh satu sama lain

Metodologi Penelitian : Penelitian ini menggunakan suatu pembelajaran literature manajemen sumber daya manusia. Dilakukan dengan penelitian kualitatif dan melakukan kajian pustaka (library research), secara fisik maupun dengan elektronik seperti mendeley, google scholar, dan lainnya

Hasil/Temuan : Literature review ini menghasilkan beberapa pernyataan sebagai berikut : 1) Strategi Diversifikasi tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; 2) Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; dan 3) Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Keterbatasan : Artikel ini terbatas pada analisis literatur yang telah tersedia hingga saat ini dan tidak mencakup penelitian secara langsung atau studi empiris yang mendalam.

Keyword : Strategi Diversifikasi, Manajemen Laba, Struktur Modal dan Nilai Perusahaan.

LATAR BELAKANG

Pesatnya perkembangan ekonomi saat ini, menimbulkan persaingan bisnis antar perusahaan untuk mencapai tujuan utama mereka, yaitu memaksimalkan laba. Namun, tujuan yang lebih penting muncul yaitu mengoptimalkan nilai perusahaan karena perusahaan bertanggung jawab kepada semua stakeholder, bukan hanya pemiliknya. Nilai perusahaan dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar investor bersedia membayar untuk setiap keuangan yang dilaporkan oleh perusahaan. Ini menjadi salah satu cara untuk menilai kinerja suatu perusahaan. (Wati, Widhiastuti, and Novitasari 2022).

Untuk menjalankan operasionalnya, perusahaan pasti akan membutuhkan dana. Dana tersebut biasanya berasal dari para investor yang menyetorkan modalnya kepada perusahaan. Perusahaan diharapkan terus meningkatkan nilainya karena semakin tinggi nilainya, semakin mudah bagi investor untuk menanamkan modalnya di dalamnya, memberikan kepercayaan kepada masyarakat dan investor.

Selain itu, dibutuhkan strategi-strategi dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Staretegi memudahkan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Jika tujuan perusahaan dalam memaksimalkan laba tercapai, maka nilai perusahaan pun akan meningkat.

Fokus dari penelitian ini bertujuan untuk mempelajari apa pun yang dapat memberikan efek pada nilai perusahaan. Menganalisis faktor-faktor ini sangat penting agar investor dapat

membuat keputusan yang tepat. Artikel ini membahas pengaruh Strategi Diversifikasi, Manajemen Laba, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan, suatu studi literature review dalam bidang auditing.

KAJIAN TEORI

1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan, juga dikenal sebagai "*Firm Value*", merupakan ukuran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan selama bertahun-tahun, mulai dari awal berdirinya hingga saat ini. (Putri and Kurniadi, 2022). Dimensi atau indikator Nilai Perusahaan adalah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal dan Harga Saham (Nuradawiyah and Susilawati, 2020).

Nilai Perusahaan adalah sebuah perspektif investor tentang perusahaan berdasarkan harga saham (Amanda and Atiningsih, 2019) Dimensi atau indikator Nilai Perusahaan adalah Strategi Diversifikasi, Intellectual Capital, dan Perencanaan Pajak (Amanda and Atiningsih, 2019).

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai keuntungan, manfaat, atau utilitas dari memiliki barang, jasa, atau objek lainnya, baik dalam bentuk uang maupun tidak, serta nilai yang terkait dengan keuntungan ekonomi dari memiliki aset, harga yang dibayarkan untuk aset, kegunaan atau kepentingan tertentu, dan kemampuan untuk menukarnya dengan barang atau jasa lainnya (Irwandjaja, 2019:5). Dimensi atau indikator Nilai Perusahaan adalah manajemen laba, leverage, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan (Suryadi, 2022).

Nilai-nilai perusahaan telah diteliti oleh banyak peneliti, berikut adalah (Putri and Kurniadi, 2022) (Suryadi, 2022) dan (Amanda and Atiningsih, 2019)

2. Strategi Diversifikasi

Untuk memperluas bisnisnya, perusahaan dapat menggunakan strategi diversifikasi untuk mendirikan beberapa unit bisnis baru atau anak perusahaan dalam lini bisnis yang sama atau dalam anak bisnis yang berbeda dari bisnis utama perusahaan. (Warti, Audina, and Azizi 2022). Dimensi atau indikator Strategi Diversifikasi adalah Peningkatan Penjualan, Pembaruan Produk, Maksimalisasi Laba (Aqmal 2019).

Strategi diversifikasi adalah bagian dari mencari dan mengembangkan pasar atau produk baru untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan profitabilitas, dan meningkatkan fleksibilitas (Meilanda et al. 2020) Dimensi atau indikator Strategi Diversifikasi adalah Persaingan Pasar, produk sejenis, perbedaan harga (Warti, Audina, and Azizi 2022).

Menurut Lucius Hermawan 2015, dalam jurnal (Wardoyo, Naufaliza, and Fahlevi 2023) untuk menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan persaingan di pasar domestik dan internasional, pekerjaan, dan pendapat kepada masyarakat dan dunia usaha, strategi diversifikasi sangat penting. Dengan melakukan diversifikasi, perusahaan akan mengalami pengalaman baru dari segi pasar dan produknya. Dimensi atau indikator Strategi Diversifikasi adalah persaingan bisnis, Lingkungan eksternal, pertumbuhan usaha (Nurlaila 2022).

Strategi Diversifikasi sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Nurlaila 2022) (Aqmal 2019) dan (Warti, Audina, and Azizi 2022)

3. Manajemen Laba

Kepercayaan pemegang saham terhadap manajer dapat meningkat melalui penggunaan manajemen laba, dengan mempengaruhi stakeholder untuk mengubah atau mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan.(H. T. Putri, 2019) Dimensi atau indikator Manajemen Laba adalah asimetri informasi, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas. (Devanka, 2022).

Untuk mencapai peringkat yang diinginkan dari keuntungan yang dilaporkan, manajemen laba merupakan langkah untuk mengambil proses-proses tertentu yang disengaja dalam penentu prinsip akuntansi yang umum. Proses ini biasanya melibatkan pengoptimalan laporan keuangan, terutama di bagian paling bawah, yaitu laba(Sugiono 2020). Dimensi atau indikator Manajemen Laba adalah ukuran perusahaan, usia perusahaan, dewan komisaris, dan pertumbuhan perusahaan (Prajitno 2020).

Manajemen Laba adalah proses yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk menggapai tingkat keuntungan yang diinginkan. Sebuah langkah yang disebut perencanaan laba (*profit planning*) (Jami and Faunti, 2021). Dimensi atau indikator Manajemen Laba adalah faktor kinerja laba tahun sebelumnya, kualitas audit, komite audit serta ukuran perusahaan. (Niranda and Muid 2020).

Manajemen Laba sudah banyak di buktikan oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Devanka 2022) (Prajitno 2020) (Niranda and Muid 2020)

4. Struktur Modal

Struktur modal adalah ketika hutang jangka panjang dibandingkan dengan modal sendiri dibandingkan. (Nuradawiyah and Susilawati 2020). Dimensi atau indikator Struktur Modal adalah tarif pajak perusahaan, penghematan pajak non-utang, kesempatan investasi, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. (Hendi and Susanti 2021).

Struktur Modal digunakan untuk membiayai dengan hutang dan modal sendiri. Artinya Perusahaan menggunakan struktur modal untuk membiayai hutang dan modal sendiri. (Nofika and Nurhayati 2022) Dimensi atau indikator Struktur Modal adalah Tangibility dan Tingkat Pertumbuhan (Yusuf and Yusra 2019).

Struktur modal adalah keseimbangan antara total hutang dan total modal. Nilai struktur modal meningkat karena tidak memperhitungkan biaya tetap yang timbul dari hutang bunga dalam bentuk bunga, yang berarti nilai struktur modal meningkat (Mardevi, Suhendro, and Dewi 2020). Dimensi atau indikator Struktur Modal adalah kebijakan Deviden, Likuiditas, Tangibility, Assets Turnover, Company Growth (Mirnawati, Wijayanti, and Siddi 2020).

Struktur Modal sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Hendi and Susanti 2021)(Yusuf and Yusra 2019) (Mirnawati, Wijayanti, and Siddi 2020)

Metode Penulisan

Penulisan artikel ilmiah ini menggunakan metode kualitatif dan kajian pustaka. Studi teori, hubungan, dan hubungan variabel dari buku-buku dan jurnal yang ditemukan di perpustakaan dan online, serta media online seperti Mendeley, Scholar Google, dan lainnya. Kajian pustaka harus digunakan dalam penelitian kualitatif secara konsisten dengan asumsi metodologis. Sehingga tidak mengarahkan pertanyaan peneliti, artinya harus digunakan secara induktif. Penelitian kualitatif dilakukan karena sifat eksploratifnya (Ali & Limakrisna, 2013).

Adapun hasil penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan dalam studi literatur review ini dapat dilihat dalam tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Author (tahun)	Hasil Riset terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
1	(Nurul Jannah and Wibowo 2021)	Manajemen Laba Dan Struktur Modal secara simultan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Nilai Perusahaan	Manajemen Laba & Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	-
2	(Amanda and Atiningsih 2019)	Strategi diversifikasi tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Intellectual capital perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Mekanisme corporate governance dapat memoderasi positif pengaruh antara strategi diversifikasi terhadap nilai perusahaan	Strategi Diversifikasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	Intellectual capital dan perencanaan pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
3	(Suryadi 2022)	Leverage dan Profitabilitas berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan. Manajemen Laba, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan	Manajemen Laba & Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	Leverage dan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
.4	(Nofika and Nurhayati 2022)	Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan, sedangkan leverage mempengaruhi nilai perusahaan secara negatif namun tidak signifikan. Ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas juga mempengaruhi nilai perusahaan secara positif namun tidak signifikan. Kebijakan dividen memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tetapi tidak memoderasi pengaruh leverage, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.	Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
.5	(H. T. Putri 2019)	Manajemen Laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan	Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	-
6	(D. Putri and Kurniadi 2022)	Kebijakan dividen, profitabilitas, ukuran perusahaan, earnings per share berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan peluang investasi, kepemilikan manajerial, leverage tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.	Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Earning per share berpengaruh terhadap nilai perusahaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai analisis teori dan penelitian sebelumnya yang signifikan, pembahasan artikel review literature tentang fokus Manajemen Sumber Daya Manusia adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Strategi Diversifikasi terhadap Nilai Perusahaan

Strategi Diversifikasi mempengaruhi Nilai Perusahaan, di mana dimensi atau indikator Strategi Diversifikasi yaitu persaingan bisnis, Lingkungan eksternal, pertumbuhan usaha berdampak terhadap dimensi atau indikator Nilai Perusahaan yaitu manajemen laba, leverage, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan. Maksudnya adalah untuk mewujudkan Pertumbuhan Laba dan menghadapi persaingan bisnis dibutuhkan manajemen laba sebagai indikator dari nilai perusahaan sehingga hal ini berpengaruh satu sama lain. Karena dengan manajemen laba yang baik akan menimbulkan pertumbuhan laba. (Nurlaila 2022). Kondisi perusahaan dalam industri yang telah terintegrasi dan memiliki peluang pertumbuhan yang terbatas, diversifikasi membuka peluang lebih besar untuk berkembang.

Dengan memperhatikan strategi diversifikasi diharapkan perusahaan dapat meningkatkan Nilai Perusahaan. Untuk memajukan Nilai Perusahaan dengan mengawasi Strategi Diversifikasi, maka tindakan yang harus diambil oleh perusahaan adalah meluaskan bisnisnya ke bisnis yang berhubungan dengan bisnis utama perusahaan. Karena kondisi internal yang kuat, perusahaan yang diversifikasi biasanya memiliki kemampuan untuk melakukan ini. Perusahaan dengan diversifikasi berhubungan memiliki potensi keberhasilan yang lebih besar daripada perusahaan tunggal karena mereka memiliki kemampuan untuk mentransfer kompetensi inti dari satu divisi ke divisi lainnya. Akibatnya, perusahaan dengan diversifikasi berhubungan mampu mencapai kinerja tertinggi. (Meilanda et al. 2020).

Strategi Diversifikasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, apabila Strategi Diversifikasi di persepsikan baik oleh manajemen dan perusahaan dengan menemukan peluang bagus diluar perusahaan yang ada untuk meningkatkan Kualitas. Kesempatan yang baik adalah peluang dalam industri yang menarik karena mempunyai kombinasi keandalan bisnis yang diperlukan untuk sukses dan meningkatkan nilai perusahaan. (Wildana and Yulianti 2021).

Namun, dalam beberapa penelitian menjelaskan bahwa Strategi Diversifikasi tidak mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan dikarenakan muncul berbagai biaya yang muncul dari pengaplikasian diversifikasi. Dan alur bisnis yang tidak menguntungkan perusahaan bisa menyebabkan lebih besar kerugian jika perusahaan beroperasi sebagai bisnis tunggal. Dalam diversifikasi bisnis, pengaplikasian diversifikasi memperlihatkan potensi kegagalan tim internal dalam membagi sumber daya.

Strategi Diversifikasi berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Amanda and Atiningsih 2019) (Wildana and Yulianti 2021) dan (M. S. Putri and Susanto 2020)

2. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan

Manajemen Laba memberikan efek terhadap Nilai Perusahaan, dimana dimensi atau parameter dari Manajemen Laba yaitu asimetri informasi, Laporan Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitabilitas. Asimetri informasi dianggap sebagai penyebab manajemen laba karena manajer mempunyai saluran ke informasi tentang prospek bisnis yang tidak dikuasai oleh pihak luar perusahaan. Ketika manajer memiliki informasi internal yang lebih banyak tentang prospek masa depan perusahaan dibandingkan dengan pemegang saham dan stakeholder lainnya, terjadi asimetri informasi, yang berdampak pada informasi dalam laporan keuangan yang akan datang. Kemudian Laporan keuangan tersebut dapat digunakan untuk mengukur nilai Perusahaan. Artinya hal ini berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Nilai Perusahaan yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal dan Harga Saham. Yang mana didalam Laporan Keuangan dapat menunjukkan Profitabilitas,

Struktur Modal dan Harga Saham yang menjadi penilaian dalam mengukur Nilai Perusahaan. Manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan melakukan implementasi manajemen laba. Dikarenakan manajemen dapat membuktikan apakah kinerja perusahaan akan lebih rendah tahun ini daripada kinerja sebenarnya atau sebaliknya. (Sugiono 2020).

Untuk mengoptimalkan Nilai Perusahaan dengan melihat Manajemen Laba, sebab yang harus dijalankan oleh manajemen adalah meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap manajer. Ini adalah usaha manajer bisnis untuk mengubah atau membenarkan informasi yang ada di laporan keuangan untuk menarik perhatian stakeholder yang berminat untuk tahu bagaimana perusahaan berjalan dan bagaimana keadaan saat ini. Di mana manajemen laba berkaitan erat dengan kualitas perolehan laba atau prestasi bisnis suatu organisasi, ini disebabkan oleh fakta bahwa tingkat keuntungan atau laba terkait dengan kinerja manajemen. (H. T. Putri 2019).

Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, apabila Manajemen Laba di persepsikan baik oleh Dengan membuat keputusan untuk melakukan manajemen laba, seorang manajer bertindak sebagai dengan perusahaan. Persepsi investor tentang laporan kinerja perusahaan akan dipengaruhi oleh manajemen laba yang dilakukan manajer. Meskipun nilai laporan yang diperbaharui poin-poinnya dapat memancing investor untuk menanamkan modal, ketika laporan menyimpan banyak perhitungan pilihan yang dapat menunjukkan bahwa kinerja sebenarnya perusahaan tidak sesuai, kepercayaan investor akan berkurang. Diharapkan manajer dapat menciptakan hubungan yang baik dengan pihak bersangkutan yang memanfaatkan laporan tersebut dengan menjaga kinerja dan menjauhi diskresi yang berlebihan. (Senjaya, Randa, and Sampe 2021).

Manajemen Laba berpengaruh pada Nilai Perusahaan, ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilaksanakan oleh: (Riswandi and Yuniarti 2020) dan (Sugiono 2020) (H. T. Putri 2019)

3. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

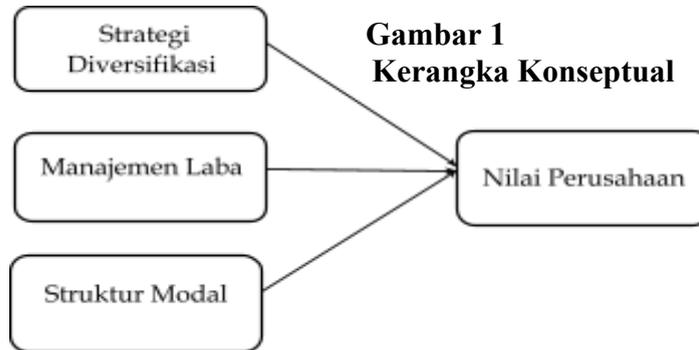
Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dimana dimensi atau indikator Struktur Modal yaitu kebijakan Dividen, Likuiditas, *Tangibility*, *Assets Turnover*, *Company Growth* berpengaruh terhadap dimensi atau indikator Nilai Perusahaan yaitu Profitabilitas, kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan. Ada 1 indikator yang berkaitan yaitu terkait dengan kebijakan dividen. Kebijakan dividen mengatur bagaimana pendapatan dibagi antara penggunanya. Pendapatan dapat diserahkan pada pemegang saham atas dividen atau dijalankan untuk pemodal di dalam perusahaan. Ini berkaitan dengan bagaimana membagi pendapatan sehingga dividen yang lebih besar akan meningkatkan nilai perusahaan. Ketetapan struktur modal memberi dampak langsung pada keadaan dan nilai suatu perusahaan, serta menentukan keahlian perusahaan untuk bertahan dan berkembang.

Untuk mengoptimalkan Nilai Perusahaan dengan mengawasi Struktur Modal, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah mengelola struktur modalnya dengan baik karena akan menimbulkan sinyal positif dimata para Investor, dimana dengan timbulnya sinyal positif dari para Investor akan meningkatkan Nilai Perusahaan (Nofika and Nurhayati 2022).

Struktur Modal mempengaruhi Nilai Perusahaan, apabila Struktur Modal di persepsikan baik oleh Manajemen, untuk itu sebaiknya memiliki struktur modal yang spesifik untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan bisnis. Struktur modal bertujuan untuk menggabungkan sumber dana permanen untuk tujuan memaksimalkan nilai perusahaan.

Memperkuat kestabilan keuangan adalah penting bagi bisnis karena perubahan dalam struktur modal diharapkan akan mengubah nilainya perusahaannya (Amelia and Anhar 2019).

Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Amelia and Anhar 2019)(Nofika and Nurhayati 2022) dan (Suryadi 2022).



Dari bagan *conceptual framework* di atas, Strategi Diversifikasi, Manajemen Laba, dan Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Tidak hanya dari tiga variabel eksogen ini yang memengaruhi Nilai Perusahaan, masih terdapat variabel lain yang mempengaruhinya seperti:

- a. Kebijakan Deviden:(Wati, Widhiastuti, and Novitasari 2022) (D. Putri and Kurniadi 2022) dan (Nofika and Nurhayati 2022)
- b. Profitabilitas: (D. Putri and Kurniadi 2022) (Suryadi 2022) dan (Iman, Sari, and Pujiati 2021)
- c. Ukuran perusahaan : (Wati, Widhiastuti, and Novitasari 2022) (D. Putri and Kurniadi 2022) dan (Nofika and Nurhayati 2022)
- d. Likuiditas : (Iman, Sari, and Pujiati 2021) (Febriani 2020) dan (Uli, Ichwanudin, and Suryani 2020)
- e. Solvabilitas: (Swastika and Agustin, 2021) (Luthfiana 2017) dan (Lumentut and Mangantar 2019)

SIMPULAN

Sesuai teori dari artikel yang sepaham dan penjelasan jadi dapat ditarik kesimpulan hipotesis untuk riset berikutnya:

1. Strategi Diversifikasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa selain strategi diversifikasi, manajemen laba, dan struktur modal, ada banyak pengaruh dari faktor lain untuk nilai perusahaan. Oleh sebab itu, penelitian tambahan diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor tambahan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan selain yang dibahas dalam artikel ini. Deviden, profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan solvabilitas adalah faktor tambahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, Aghnia Rizki, and Suci Atiningsih. 2019. "Pengaruh Strategi Diversifikasi, Intellectual Capital, Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi." *Stability: Journal of Management and Business* 2 (2). <https://doi.org/10.26877/sta.v2i2.5160>.
- Amelia, Fitri, and M Anhar. 2019. "PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN PERTUMBUHAN" 28 (01): 44–70.
- Aqmal, Harry Faishal. 2019. "(Studi Kasus Pada CV . Rajasa Mas Jaya Desa Maos Kidul Kecamatan Maos Kabupaten Cilacap) SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO."
- Devanka, Della. 2022. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020" 4 (1): 85–96.
- Febriani, Reni. 2020. "Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening" 3 (2): 216–45.
- Hendi, and Yenny Susanti. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Di Bursa Efek Indonesia" 17 (2): 139–57.
- Iman, Choirul, Fitri Nurfatma Sari, and Nanik Pujiati. 2021. "Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan" 19 (2): 191–98.
- Jami, Nurafni, and Zena Faunti. 2021. "PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR PT . SEKAR BUMI Tbk (SKBM) TAHUN 2011-2020 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci This Study Aims to Determine : 1 .) Is There Any Influence of Earnings Management on the Value of Manu" 3 (2): 134–45.
- Lumentut, Faldy G., and Marjam Mangantar. 2019. "PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, DAN AKTIVITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANNUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI INDEKS KOMPAS100 PERIODE 2012-2016" 7 (3): 2601–10.
- Luthfiana, Azizah. 2017. "PENGARUH SOLVABILITAS , PROFITABILITAS , DAN LIKUIDITAS PERUSAHAAN PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2014-2017) THE EFFECT OF SOLVENCY , PROFITABILITY AND LIQUIDITY RATIOS ON FIRM VALUE (EMPIRICAL STUDY ON PROPERTY," no. 2: 1–13.
- Mardevi, karin sri, Suhendro, and Riana R Dewi. 2020. "Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Paradigma Akuntansi* 5 (2). <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i4.15277>.
- Meilanda, Canthy, Atikah Nabilah Latama, Sammy Kristamuljana, and Retno Yuliati. 2020. "PENGARUH STRATEGI DIVERSIFIKASI TERHADAP KINERJA

- PERUSAHAAN DENGAN MODERASI EFISIENSI” 7 (1): 9–31.
<https://doi.org/10.35590/jeb.v7i1.981>.
- Mirnawati, Anita Wijayanti, and Purnama Siddi. 2020. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL” 4 (1): 97–113.
- Niranda, Hafiz Gavra, and Dul Muid. 2020. “(Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2017)” 9 (2): 1–14.
- Nofika, Selfi, and Ida Nurhayati. 2022. “Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi.” *Owner* 6 (1): 828–45. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.677>.
- Nuradawiyah, Annisa, and Susi Susilawati. 2020. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Indeks LQ45).” *Jurnal Akuntansi* 9 (2).
- Nurlaila, Alfa Rizka. 2022. “STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus CV. DB Group Purwokerto)” 19.
- Nurul Jannah, Siti Sa’adah, and Daryanto Hesti Wibowo. 2021. “Pengaruh Manajemen Laba Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2019).” *Neraca : Jurnal Akuntansi Terapan* 3 (1): 29–35. <https://doi.org/10.31334/neraca.v3i1.1967>.
- Prajitno, Sugiarto. 2020. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN Indonesia Terjadi Pada PT Kimia Farma Kimia Farma Terjerat Kasus Manipulasi” 4 (1): 82–99.
- Putri, Deasy, and Edric Kurniadi. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* 2 (1): 587–98. <https://doi.org/10.34208/jba.v20i2.416>.
- Putri, Hana Tamara. 2019. “Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017.” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 4 (1): 51. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.70>.
- Putri, Mashudiah Sainul, and Eko Harry Susanto. 2020. “No Title” 5 (1): 50–55.
- Riswandi, Pedi, and Rina Yuniarti. 2020. “Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan.” *Pamator Journal* 13 (1): 134–38. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.6953>.
- Senjaya, Stacia, Fransiskus Randa, and Ferdinandus Sampe. 2021. “CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: INTEGRASI PENGARUH MANAJEMEN LABA DAN KEPEMILIKAN” 8 (1): 1–20.
- Sugiono, Joko. 2020. “Pengaruh Manajemen Laba , Tax Avoidance Dan Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan” 17 (2).

- Suryadi, Dodi. 2022. “Pengaruh Manajemen Laba, Leverage, Profitabilitas, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK* 7 (2): 223–28. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i2.168>.
- Swastika, Nurhayati, and Sasi Agustin. n.d. “PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, DAN AKTIVITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE YANG.”
- Uli, Ratna, Wawan Ichwanudin, and Emma Suryani. 2020. “Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal Dan Profitabilitas” 15 (2): 321–32.
- Wardoyo, Dwi Urip, Mazaya Rizqi Naufaliza, and Ali Riza Fahlevi. 2023. “SEIKO : Journal of Management & Business Mengukur Aspek Kinerja Keuangan Lembaga Keuangan Syariah Melalui Strategi Diversifikasi , Kompensasi Eksekutif , Dan Praktik Manajemen Laba” 6 (1): 369–77. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3771>.
- Warti, Risma, Dea Dara Audina, and Adelia Azizi. 2022. “Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam” 21 (2): 139–49. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.936>.
- Wati, komang ayu kusuma, Ni Luh Putu Widhiastuti, and Ni Luh Gde Novitasari. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur.” *Jurnal Paradigma Akuntansi* 4 (1): 1555–65. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i4.21370>.
- Wildana, Muhammad, and Nur Wachidah Yulianti. 2021. “Pengaruh Keputusan Keuangan, Strategi Diversifikasi, Efisiensi Operasional Dan Inovasi Terhadap Nilai Perusahaan” 16 (1): 16–29.
- Yusuf, Dede, and Irdha Yusra. 2019. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR.”