

## Analisis Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI

Receive, 23 Januari 2023  
Revised, 26 Februari 2023  
Accepted, 18 Maret 2023

Muhamad Al Ikhsan<sup>1)</sup>, Solikah Nurwati<sup>2)</sup>, Rita Sarlawa<sup>3)</sup>

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Palangka Raya, Indonesia

e-mail: [ikhsanspt7@gmail.com](mailto:ikhsanspt7@gmail.com)

### Abstrak

**Tujuan** - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

**Desain/Methodologi/Pendekatan** – Metode penelitian menggunakan deskriptif-kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020. Sampel yang digunakan sebanyak 9 perusahaan dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan jumlah. Pada penelitian ini menggunakan alat analisis PLS dengan *software WarpPLS 8.0*.

**Temuan Penelitian** - Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan dividen tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memperlemah dan tidak signifikan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan memperkuat dan tidak signifikan memoderasi pengaruh kebijakan dividen dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci:** Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

### *Analysis of Profitability, Dividend Policy, Sales Growth, Firm Size and Firm Value of Food and Beverage Companies on the IDX*

#### Abstract

**Purpose** – This study was conducted to analyze the effect of profitability, dividend policy, and sales growth on firm value with firm size as a moderating variable.

**Design/Methodology/Approach** – The research method used is descriptive-quantitative. This study uses secondary data on the financial statements of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2020. The samples used was 9 companies and sample selection used *purposive sampling* technique. In this study using PLS analysis tool with *WarpPLS 8.0* software.

**Research Findings** - The results of this study indicate that profitability has a positive significant effect on firm value, dividend policy is not significant on firm value, sales growth has a positive significant on firm value, firm size has a positive significant

*effect on firm value. Firm size weakens and is not significant in moderating the effect of profitability on firm value, firm size strengthens and is not significant in moderating the effect of dividend policy and sales growth on firm value.*

**Keywords :** *Profitability, Dividend Policy, Sales Growth, Firm Size, Firm Value*

## **Pendahuluan**

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia yang semakin pesat membuat para pelaku bisnis harus selalu peka terhadap perubahan. Perusahaan berlomba-lomba menghasilkan produk yang lebih unggul dari perusahaan lainnya untuk terus dapat memenuhi apa yang dibutuhkan konsumennya. Sebuah perusahaan pada umumnya didirikan dengan tujuan tertentu. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu memperoleh laba atau mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan menggunakan sumber daya yang ada. Sedangkan tujuan jangka panjang suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan (Irayanti & Tumbel, 2014).

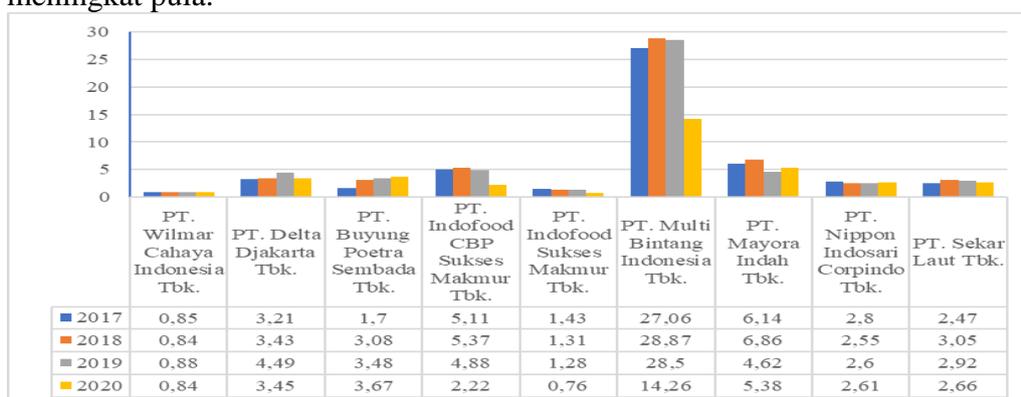
Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini menimbulkan dampak yang menakutkan terhadap perekonomian. Masyarakat diwajibkan mengikuti kebijakan-kebijakan pemerintah untuk selalu berada di rumah serta pasar ditutup dan pedagang tidak bisa berjualan demi mengurangi angka penyebaran covid-19. Hal ini secara langsung mengakibatkan perusahaan besar juga merasakan akibatnya dikarenakan semua jenis dan bidang usaha sangat bergantung pada konsumen, terutama pada perusahaan besar di subsektor makanan dan minuman. Kondisi ini membuat perusahaan harus meningkatkan daya saing agar bisa bertahan dalam masa pandemi ini. Untuk itu perusahaan harus bisa untuk selalu meningkatkan strategi perusahaan supaya dapat mempertahankan eksistensinya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dalam menciptakan nilai perusahaan yang tinggi, banyak faktor yang mempengaruhi, di antaranya profitabilitas, kebijakan dividen, dan pertumbuhan penjualan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham pada periode tertentu (Mujizatul, 2019). Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen. Pendapat dari Pangestuti (2019) menyatakan bahwa kebijakan dividen adalah kebijakan yang sulit dilakukan karena pihak manajemen perlu menentukan apakah laba yang diperoleh perusahaan di akhir tahun akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan menahan labanya untuk diinvestasikan kembali kepada proyek-proyek yang menguntungkan dan dapat meningkatkan pertumbuhan di perusahaan. Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan penjualan. Penjualan memiliki pengaruh yang tinggi bagi perusahaan, karena penjualan didukung dengan harta dan aset. Clarensia dkk.

(2012) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari kenaikan jumlah penjualan dari waktu ke waktu. Penjualan yang relatif stabil lebih aman, karena mendapatkan lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak tetap. Hal ini dikarenakan kebutuhan dana yang digunakan untuk pembiayaan pertumbuhan penjualan semakin besar. Penjualan memiliki pengaruh yang tinggi bagi perusahaan, karena penjualan didukung dengan harta dan aset. Pertumbuhan penjualan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan di masa depan, dengan melihat keberhasilan investasi periode masa lalu. Perusahaan harus mempunyai strategi yang sesuai agar dapat memenangkan pasar dan menarik konsumen agar membeli produknya.

Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Ukuran perusahaan merupakan salah satu tolak ukur seorang investor karena dapat menentukan tingkat kemudahan investor dalam memperoleh informasi yang digunakan untuk pengambilan keputusan investasi dan merefleksikan nilai perusahaan di masa depan. Perusahaan yang memiliki skala besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat sehingga kemajuan atau hal yang sedang dialami perusahaan lebih mudah diperoleh oleh investor dibandingkan perusahaan berskala kecil. Perusahaan berskala besar lebih menjaga nama baik atas ukuran perusahaan dengan memenuhi keinginan dari pemegang saham yaitu membayar dividen lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berskala lebih kecil (Haryanti, 2016: 9).

Dalam penelitian ini, perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi penelitian. Hal ini dikarenakan perusahaan makanan dan minuman banyak diminati karena sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pokok dan untuk menjamin keberlangsungan hidup manusia sehari-hari. Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu sub sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun terus meningkat pula.



Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), 2021

Gambar 1. Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020

Berdasarkan data grafik di atas yang menunjukkan nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 mengalami fluktuasi atau naik turun. Nilai PBV tertinggi diperoleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk di tahun 2018 dan untuk nilai PBV terendah diperoleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk di tahun 2020. Kementerian Perindustrian (Kemenprin) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman (mamin) berkontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional di tengah pandemi covid-19. PDB industri makanan dan minuman tumbuh positif sebesar 3,49% pada kuartal/III 2021, seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional yang kembali tumbuh positif menyentuh angka 3,51%. Selain itu, industri makanan dan minuman berperan dalam akselerasi pemulihan ekonomi nasional, yang ditunjukkan dengan meningkatnya kontribusi PDB industri makanan dan minuman terhadap PDB industri pengolahan non migas yang mencapai 38,91% pada periode yang sama (Kontan.co.id).

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah bentuk memaksimalkan tujuan perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Prinsip yang menjadi dasar nilai saham perusahaan yaitu harga saham dari perusahaan yang tercermin dari tingkat keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan untuk meningkatkan arus kas di masa yang akan datang. Nilai perusahaan yang tinggi akan berdampak pada kepercayaan pasar, tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga untuk melihat prospek perusahaan di masa depan (Saraswathi, 2016).

#### **Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2016). Profitabilitas suatu perusahaan merupakan gambaran yang mengukur seberapa mampu perusahaan menghasilkan laba dari proses operasional yang telah dilaksanakan untuk menjamin kelangsungan perusahaan dimasa yang akan datang (Manopo dan Arie, 2016).

#### **Kebijakan Dividen**

Menurut Pangestuti (2019) kebijakan dividen yaitu kebijakan yang sulit dilakukan karena pihak manajemen harus menentukan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan menahan labanya untuk diinvestasikan kembali kepada proyek- proyek yang menguntungkan yang dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan.[

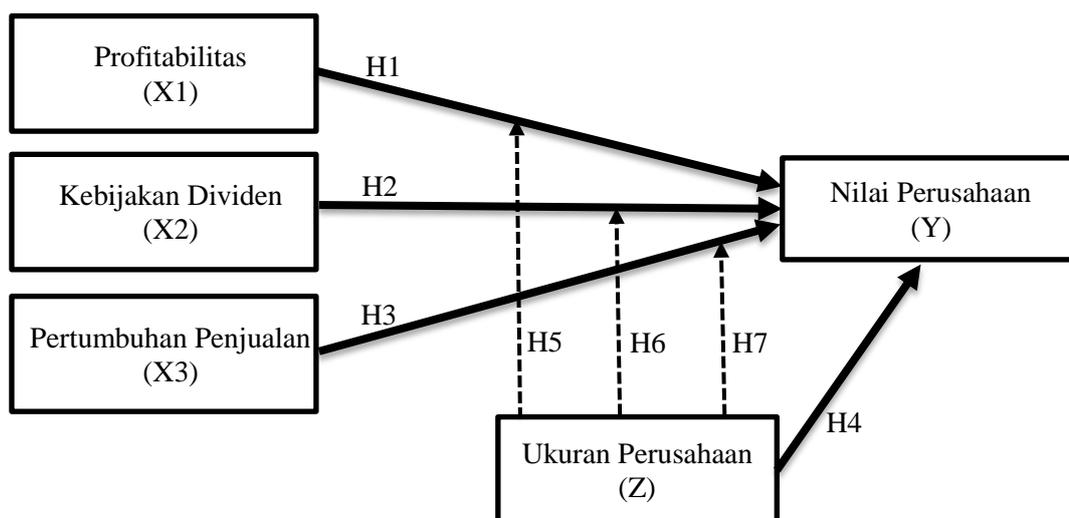
#### **Pertumbuhan Penjualan**

Clarensia dkk. (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan

dapat dilihat dari kenaikan jumlah penjualan dari waktu ke waktu. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi, lebih banyak membutuhkan investasi pada aset. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi juga mampu memenuhi kewajiban finansialnya ketika perusahaan membelanjai asetnya dengan utang, dan sebaliknya. Penjualan yang relatif stabil lebih aman, karena mendapatkan lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak tetap. Hal ini dikarenakan kebutuhan dana yang digunakan untuk pembiayaan pertumbuhan penjualan semakin besar.

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan (Dewi, 2016).



Gambar 2. Kerangka konsep penelitian

Keterangan :

—————> : Pengaruh langsung

- - - - -> : Pengaruh moderasi

### Hipotesis Penelitian

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Kasmir, 2016). Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Astari dkk. (2019) profitabilitas

berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1 : Diduga profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pangestuti (2019) menyatakan bahwa kebijakan dividen adalah kebijakan yang sulit dilakukan karena pihak manajemen perlu menentukan apakah laba yang diperoleh perusahaan di akhir tahun akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan menahan labanya untuk diinvestasikan kembali kepada proyek-proyek yang menguntungkan dan dapat meningkatkan pertumbuhan di perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut para investor akan menanamkan modalnya di perusahaan untuk mendapatkan return dari dana yang diinvestasikannya, sedangkan bagi pihak manajemen perusahaan lebih menitikberatkan pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamdani dkk. (2020) kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2 : Diduga kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang baik dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor percaya dan yakin menanamkan dananya pada perusahaan. Clarenia dkk. (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari kenaikan jumlah penjualan dari waktu ke waktu. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi, lebih banyak membutuhkan investasi pada aset. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi juga mampu memenuhi kewajiban finansialnya ketika perusahaan membelanjai asetnya dengan utang, dan sebaliknya. Penjualan yang relatif stabil lebih aman, karena mendapatkan lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak tetap. Hal ini dikarenakan kebutuhan dana yang digunakan untuk pembiayaan pertumbuhan penjualan semakin besar. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Elisa & Amanah (2021) pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3 : Diduga pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu tolak ukur seorang investor. Ukuran perusahaan juga dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal. Kemudahan ini sebuah informasi yang baik bagi para pengambil keputusan investasi dan dapat merefleksikan nilai perusahaan di masa depan. Perusahaan yang memiliki skala besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat sehingga kemajuan atau hal yang sedang dialami perusahaan lebih mudah diperoleh oleh investor dibandingkan perusahaan berskala kecil. Perusahaan berskala besar lebih menjaga nama baik atas ukuran perusahaan dengan memenuhi keinginan dari pemegang

saham yaitu membayar dividen lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berskala lebih kecil (Haryanti, 2016: 9). Hasil penelitian yang dilakukan Wahidniawati dkk. (2021) dan Hamdani dkk. (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H4 : Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Profitabilitas suatu perusahaan merupakan gambaran yang mengukur seberapa mampu perusahaan menghasilkan laba dari proses operasional yang telah dilaksanakan untuk menjamin kelangsungan perusahaan dimasa yang akan datang (Manoppo & Arie, 2016). Ukuran perusahaan yang besar dinilai mampu menghasilkan profitabilitas yang besar. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hamdani dkk. (2020) ukuran perusahaan memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H5: Diduga ukuran perusahaan dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Ukuran perusahaan menentukan besarnya dividen tunai yang akan dibayarkan karena semakin besar ukuran perusahaan maka omset yang di hasilkan juga akan semakin tinggi dan menyebabkan laba yang dihasilkan tinggi, jika laba tinggi maka dividen yang dibagikan juga semakin tinggi (Dewi, 2016). Hasil penelitian oleh Hamdani dkk. (2020) ukuran perusahaan memperkuat tetapi tidak mampu memoderasi hubungan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

H6 : Diduga ukuran perusahaan dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Clarensia dkk. (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari kenaikan jumlah penjualan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan di masa depan, dengan melihat keberhasilan investasi periode masa lalu. Pertumbuhan penjualan para perusahaan yang besar cenderung lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan semakin besar pertumbuhan penjualan yang akan mendorong minat investor untuk membeli saham tersebut. Hal ini akan meningkatkan harga saham perusahaan sekaligus nilai perusahaan (Apriliyanti dkk., 2019).

H7 : Diduga ukuran perusahaan dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*, dimana penelitian ini akan menjelaskan hubungan kausal antara variabel dependen dengan variabel independen yang diperkuat dengan adanya variabel moderasi dengan menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan metode statistika (Sugiyono, 2018:8).

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
1.	Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah bentuk memaksimalkan tujuan perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Dengan demikian, nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.	$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$
2.	Profitabilitas (X1)	Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa besar efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola aset dan modal yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba bagi perusahaan.	$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}} \times 100\%$
3.	Kebijakan dividen (X2)	Kebijakan dividen merupakan suatu keputusan dimana laba yang didapat perusahaan apakah akan dibagikan pada para pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan yang berupa laba ditahan untuk selanjutnya digunakan dalam rangka pembiayaan investasi perusahaan dimasa mendatang.	$DPR = \frac{\text{Dividen Per Share}}{\text{Earning per Share}} \times 100\%$
4.	Pertumbuhan penjualan (X3)	Pertumbuhan penjualan merupakan suatu indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam industri. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari kenaikan jumlah penjualan dari waktu ke waktu. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi juga mampu memenuhi kewajiban finansialnya ketika perusahaan membelanjai asetnya dengan utang, dan sebaliknya.	$SG = \frac{\text{Net Sales}_t - \text{Net Sales}_{t-1}}{\text{Net Sales}_{t-1}} \times 100\%$
5.	Ukuran perusahaan (Z)	Ukuran perusahaan menggambarkan skala besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan	Ukuran Perusahaan = Ln (Total aset)

Sumber : Data diolah, 2021

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2017-2020 sebanyak 31 perusahaan. Pemilihan metode *purposive sampling* dalam penelitian ini digunakan agar sumber data relevan dan sesuai dengan variabel penelitian. sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman periode 2017-2020 yang memenuhi kriteria yaitu sebanyak 9 perusahaan. Alat analisis pada penelitian ini adalah PLS dengan *software WarpPLS* versi 8.0.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 2. Hasil Uji Deskriptif

Variabel	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Profitabilitas (ROA)	0,0320	0,5266	0,1228	0,1143
Kebijakan Dividen (DPR)	0,0638	3,4919	0,5736	0,6169
Pertumbuhan Penjualan (SG)	-0,4652	0,2259	0,0267	0,1470
Ukuran Perusahaan (FS)	27,08	32,73	29,1825	1,7618
Nilai Perusahaan (PBV)	0,76	28,87	5,4342	7,3618

Sumber : Output Excel, 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel Profitabilitas (ROA) menunjukkan nilai minimum yaitu 0,0320 dan nilai maksimum yaitu 0,5266. Selain itu, variabel ini menunjukkan nilai mean sebesar 0,1228 dengan standar deviasi 0,1143. Hal ini berarti rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar 0,1228 atau 12,28% dari total modal yang dimiliki perusahaan. Pada variabel Kebijakan Dividen (DPR) menunjukkan nilai minimum yaitu 0,0638 dan nilai maksimum yaitu 3. Selain itu, variabel ini menunjukkan nilai mean sebesar 0,5736 dengan standar deviasi 0,6169. Hal ini berarti rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel mampu membagikan dividen sebesar 0,5736 atau 57,36% dari total keuntungan per lembar saham yang dimiliki perusahaan. Untuk variabel Pertumbuhan Penjualan (SG) menunjukkan nilai minimum yaitu sebesar -0,4652 dan nilai maksimum yaitu 0,2259. Selain itu, variabel ini menunjukkan nilai mean sebesar 0,0267 dengan standar deviasi 0,1470. Hal ini berarti rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel mampu meningkatkan pertumbuhan penjualan sebesar 0,0267 atau 2,67% dari tahun sebelumnya. Pada variabel Ukuran Perusahaan (FS) menunjukkan nilai minimum yaitu 27,08 dan nilai maksimum yaitu 32,73. Selain itu, variabel ini menunjukkan nilai mean sebesar 29,1825 dengan standar deviasi 1,7618. Hal ini berarti rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel memiliki ukuran perusahaan sebesar 29,1825. Pada variabel Nilai Perusahaan (PBV) menunjukkan nilai minimum yaitu sebesar -0,76 dan nilai maksimum yaitu 28,87. Selain itu, variabel ini menunjukkan nilai mean sebesar 5,4342 dengan standar deviasi 7,3618. Hal ini berarti rata-rata perusahaan yang dijadikan sampel memiliki nilai harga pasar per lembar sebesar 5,4342 dari nilai buku per lembar.

### Uji Hipotesis

Tabel 5. Path Coefficients dan P-Values

	Path Coefficients		P-Values		
	Angka	Keterangan	Angka	Kriteria	Keterangan
ROA	0,473	Positif	<0,001	< 0,05	Signifikan
DPR	-0,023	Negatif	0,446	< 0,05	Tidak signifikan
SG	0,267	Positif	0,039	< 0,05	Signifikan
FIRMSIZE	0,789	Positif	<0,001	< 0,05	Signifikan

FIRMSIZE*ROA	-0,227	Memperlemah	0,070	< 0,05	Tidak signifikan
FIRMSIZE*DPR	0,129	Memperkuat	0,209	< 0,05	Tidak signifikan
FIRMSIZE*SG	0,208	Memperkuat	0,090	< 0,05	Tidak signifikan

Sumber : WarpPLS 8.0,2022

Hasil pengujian yang didapat dan disajikan pada tabel di atas diperoleh angka *path coefficients* ROA sebesar 0,473 dan angka *p-values* ROA sebesar <0,001. Dapat dilihat bahwa angka *path coefficients* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, angka *p-values* nilainya kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan signifikan, oleh karena itu hipotesis pertama diterima.

Hasil pengujian yang didapat dan disajikan pada tabel di atas diperoleh angka *path coefficients* DPR sebesar -0,023 dan angka *p-values* DPR sebesar 0,446. Dapat dilihat bahwa angka *path coefficients* bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, angka *p-values* nilainya lebih dari 0,05 sehingga dinyatakan tidak signifikan, oleh karena itu hipotesis kedua ditolak.

Hasil pengujian yang didapat dan disajikan pada tabel di atas diperoleh angka *path coefficients* SG sebesar 0,267 dan angka *p-values* SG sebesar 0,039. Dapat dilihat bahwa angka *path coefficients* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, angka *p-values* nilainya kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan signifikan, oleh karena itu hipotesis ketiga diterima.

Hasil pengujian yang didapat dan disajikan pada tabel di atas diperoleh angka *path coefficients* FIRMSIZE sebesar 0,789 dan angka *p-values* FIRMSIZE sebesar <0,001. Dapat dilihat bahwa angka *path coefficients* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, angka *p-values* nilainya kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan signifikan, oleh karena itu hipotesis keempat diterima.

Hasil pengujian yang didapat dan disajikan pada tabel di atas diperoleh angka *path coefficients* FIRMSIZE\*ROA sebesar -0,227 dan angka *p-values* FIRMSIZE\*ROA sebesar 0,070. Dapat dilihat bahwa angka *path coefficients* bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Selain itu, angka *p-values* nilainya lebih dari 0,05 sehingga dinyatakan tidak signifikan, oleh karena itu hipotesis kelima ditolak.

Hasil pengujian yang didapat dan disajikan pada tabel di atas diperoleh angka *path coefficients* FIRMSIZE\*DPR sebesar 0,129 dan angka *p-values* FIRMSIZE\*DPR sebesar 0,209. Dapat dilihat bahwa angka *path coefficients* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Selain itu, angka *p-values* nilainya lebih dari 0,05 sehingga dinyatakan tidak signifikan, oleh karena itu hipotesis keenam ditolak.

Hasil pengujian yang didapat dan disajikan pada tabel di atas diperoleh angka *path coefficients* FIRM SIZE\*SG sebesar 0,208 dan angka *p-values* FIRM SIZE\*SG sebesar 0,090. Dapat dilihat bahwa angka *path coefficients* bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, angka *p-values* nilainya lebih dari 0,05 sehingga dinyatakan tidak signifikan, oleh karena itu hipotesis ketujuh ditolak.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian, koefisien variabel Profitabilitas (ROA) terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 0,473. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada profitabilitas perusahaan sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2020 akan meningkat sebesar 47,3%. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersihnya dengan menggunakan seluruh kekayaan akan semakin tinggi kemampuan membayar dividennya. Hal ini menyatakan bahwa perusahaan selalu berusaha meningkatkan citranya dengan menunjukkan peningkatan laba yang mendorong peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Astarti dkk. (2019) dan Hamdani dkk. (2020) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian, koefisien variabel kebijakan dividen (DPR) terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV) sebesar -0,023. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada kebijakan dividen sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2020 akan menurun sebesar 2,3%. Hasil penelitian ini sesuai dengan *Dividend Irrelevance Theory* yang menyatakan bahwa nilai perusahaan atau harga saham ditentukan dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, bukan terpengaruh pada besar kecilnya pembagian dividen. Pernyataan tersebut memperkenalkan apa yang disebut *Dividend Irrelevance Proposition* yaitu kebijakan dividen yang tidak akan memberikan pengaruh apapun pada harga pasar saham perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Apriliyanti dkk. (2019) kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian, koefisien variabel pertumbuhan penjualan (SG) terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 0,267. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada pertumbuhan penjualan sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2020 akan meningkat sebesar 26,7%. Penjualan memiliki pengaruh yang tinggi bagi

perusahaan, karena penjualan didukung dengan harta dan aset. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi membutuhkan banyak investasi pada aset, baik aset tetap atau aset lancar. Pertumbuhan penjualan merupakan suatu indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam industri. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang baik dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan dan membuat investor percaya dan yakin menanamkan dananya pada perusahaan. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Elisa & Amanah (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian, koefisien variabel Ukuran perusahaan (Firm Size) terhadap variabel Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 0,789. Angka ini menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada ukuran perusahaan sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2020 akan meningkat sebesar 78,9%. Ukuran perusahaan merupakan salah satu tolak ukur seorang investor. Ukuran perusahaan juga dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal. Kemudahan ini sebuah informasi yang baik bagi para pengambil keputusan investasi dan dapat merefleksikan nilai perusahaan di masa depan. Perusahaan yang memiliki skala besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat sehingga kemajuan atau hal yang sedang dialami perusahaan lebih mudah diperoleh oleh investor dibandingkan perusahaan berskala kecil. Perusahaan berskala besar lebih menjaga nama baik atas ukuran perusahaan dengan memenuhi keinginan dari pemegang saham yaitu membayar dividen lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang berskala lebih kecil (Haryanti, 2016: 9). Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahidniawati dkk., (2021) dan Hamdani dkk. (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai moderasi**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan FIRMSIZE memperlemah pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV. Hal ini dapat dilihat dari nilai *path coefficient* yang negatif yaitu -0,227 yang menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada ukuran perusahaan dalam memoderasi profitabilitas sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2020 akan menurun sebesar 22,7%. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan membutuhkan biaya yang semakin besar untuk menjalankan aktifitas operasionalnya seperti biaya administrasi, biaya tenaga kerja, dan umum serta biaya pemeliharaan gedung,

mesin, kendaraan, dan peralatan sehingga akan mampu mengurangi profitabilitas perusahaan yang berdampak dengan menurunnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Astari dkk. (2019) dan Apriliyanti dkk. (2019) ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi profitabilitas dengan nilai perusahaan.

### **Pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai moderasi**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *FIRMSIZE* memperkuat pengaruh kebijakan dividen (*DPR*) terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *PBV*. Hal ini dapat dilihat dari nilai *path coefficient* yang positif yaitu 0,129 yang menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada ukuran perusahaan dalam memoderasi kebijakan dividen sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2020 akan meningkat sebesar 12,9%. Ukuran perusahaan menentukan besarnya dividen tunai yang akan dibayarkan karena semakin besar ukuran perusahaan maka omset yang di hasilkan juga akan semakin tinggi dan menyebabkan laba yang dihasilkan tinggi, jika laba tinggi maka dividen yang dibagikan juga semakin tinggi, dan ini akan meningkatkan nilai perusahaan (Dewi, 2016). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hamdani dkk. (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi hubungan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai moderasi**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *FIRMSIZE* memperlemah pengaruh pertumbuhan penjualan (*SG*) terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *PBV*. Hal ini dapat dilihat dari nilai *path coefficient* yang negatif yaitu -0,154 yang menunjukkan bahwa jika terjadi peningkatan pada ukuran perusahaan dalam memoderasi pertumbuhan penjualan sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2020 akan menurun sebesar 15,4%. Pertumbuhan penjualan para perusahaan yang besar cenderung lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar memiliki kemampuan menguasai pasar lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Ketika pertumbuhan penjualan mengalami kenaikan kemungkinan mengindikasikan bahwa laba juga akan meningkat. Dengan meningkatnya laba tersebut mungkin saja bisa meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahidniawati dkk. (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memperlemah dan tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memperkuat tetapi tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memperkuat tetapi tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Saran bagi investor dan calon investor diharapkan agar bisa lebih selektif dalam memilih perusahaan yang akan dijadikan tempat berinvestasi. Bagi Perusahaan sebaiknya memperhatikan kestabilan nilai perusahaan setiap tahunnya karena investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan lebih banyak variabel independen, disarankan juga untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan karakteristik yang lebih beragam. Dengan demikian hasil yang diperoleh bisa mewakili untuk diambil kesimpulan dengan membandingkan dari setiap sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## Referensi

- Apriliyanti, V., Hermi, H., & Herawaty, V. (2019). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), 201. <https://doi.org/10.25105/jmat.v6i2.5558>
- Astari, Y., Rinofah, R., & Mujino. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi. *jurnal ilmiah MEA*, 3(c), 01. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp191-201>
- Clarensia, J., Rahayu, S., & Azizah, N. (2012). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham (Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010). *Fakultas Ekonomi Universitas Budi Luhur Jakarta*, 15(40), 6–13. [http://awsassets.wfnz.panda.org/downloads/earth\\_summit\\_2012\\_v3.pdf%0Ahttp://hdl.handle.net/10239/131%0Ahttps://www.uam.es/gruposinv/mev/publicaciones\\_jesus/capitulos\\_espanyol\\_jesus/2005\\_motivacion\\_para\\_el\\_aprendizaje\\_Perspectiva\\_alumnos.pdf%0Ahttps://ww](http://awsassets.wfnz.panda.org/downloads/earth_summit_2012_v3.pdf%0Ahttp://hdl.handle.net/10239/131%0Ahttps://www.uam.es/gruposinv/mev/publicaciones_jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion_para_el_aprendizaje_Perspectiva_alumnos.pdf%0Ahttps://ww)
- Dewi, D. M. (2016). Pengaruh Likuiditas, leverage Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 2(1), 12–19.
- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan*

- Riset Akuntansi ....  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4106>
- Enny, R., dan Andi, J. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar
- Hamdani, M., Efni, Y., & Indrwati, N. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Dividen dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan di Moderasi Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(2), 188–197. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i2.2042>
- Haryanti, M. (2016). Pengaruh Kemilikan Manajerial, Kebijakan Hutang, Profitabilitas, Arus Kas Operasi, Laba Bersih dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- Hidayati, E. E. (2010). Analisis Pengaruh DER, DPR, ROE, Dan Size Terhadap PBV Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di BEI Periode 2005-2007. *Jurnal Bisnis STRATEGI*, 19(2), 166–174. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/14466/11063>
- Irayanti, D., & Tumbel, A. (2014). Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Di Bei. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1473–1482. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5896>
- Kasmir. (2016). “Analisis Laporan Keuangan”, edisi kesatu. Rajawali Pers, Jakarta.
- Manoppo, H., & Arie, F. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2), 485–497. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.13082>
- Mujizatul, S., Maslichah, M., & Junaidi, J. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Investment Opportunity Set Terhadap Kebijakan Dividen Tunai Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(06). Efek Indonesia Dan Bursa Malaysia Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(2), 74-83.
- Pangestuti, D. C. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 43–54. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v1i1.65>
- Saraswathi, I. A. A., Wiksuana, I. G. B., dan Rahyuda, H. (2016). Pengaruh risiko bisnis , pertumbuhan perusahaan dan struktur modal terhadap profitabilitas serta nilai perusahaan manufaktur, *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(6), 1729–1756,ISSN: 2337-3067. <https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Keenambelas. Alfabeta. Bandung.
- Wahidniawati, U., Ulupui, I. G. K. A., & Fauzi, A. (2021). Jurnal Sosial dan Teknologi ( SOSTECH ) Abstrak Efek Moderasi Ukuran Perusahaan pada Pengaruh e-ISSN 2774-5155 Kesempatan Investasi dan Pertumbuhan Penjualan p-ISSN 2774-5147 Terhadap Nilai Perusahaan. 1(7), 717–723.
- [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)  
[www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id)