

**PENGARUH *TANGIBILITY, GROWTH OPPORTUNITY*, DAN UMUR PERUSAHAAN  
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022)**

**Nur Leni Budi Febriani<sup>1)</sup>, Suprihati<sup>2)</sup>, Rukmini<sup>3)</sup>**  
<sup>1,2,3</sup> Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia Sukoharjo  
<sup>1</sup>E-mail : [nurlenibudi@gmail.com](mailto:nurlenibudi@gmail.com)  
<sup>2</sup>Email: [suprihati4566@gmail.com](mailto:suprihati4566@gmail.com)  
<sup>3</sup>Email: [rukmini.stie.aas@gmail.com](mailto:rukmini.stie.aas@gmail.com)

**Abstract**

*This research aims to analyze the influence of tangibility, growth opportunity, and company age on company performance in sub-goods and consumer manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2018-2022. The sampling technique in this research used the purposive sampling method. The research method used is quantitative research with a sample size of 14 consumer goods and consumption companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The analysis used is path analysis using SPSS version 23. The research results show that growth opportunity and company age influence company performance. Meanwhile, tangibility has no effect on company performance.*

**Keywords :** *tangibility, growth opportunity, company age, company performance*

**1. PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara yang saat ini sedang berkembang, sehingga menjadi salah satu alasan mengapa Indonesia sangat giat dalam hal pembangunan. Meskipun masih dikategorikan sebagai negara berkembang, keadaan Indonesia saat ini sudah jauh lebih baik dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Salah satu sektor yang saat ini semakin membaik dari tahun ke tahun yaitu sektor ekonomi dan bisnis. Indonesia merupakan negara yang bisa dikatakan memiliki potensi ekonomi yang tinggi, potensi ekonomi yang dimiliki mulai diperhatikan oleh dunia internasional. Indonesia memiliki sejumlah karakteristik yang bisa menempati posisi yang bisa dikatakan posisi yang bagus untuk mengalami perkembangan ekonomi yang pesat.

Perkembangan ekonomi di Indonesia yang kini telah berkembang pesat akan semakin menimbulkan persaingan perusahaan dengan

berbagai usahanya baik di kancah nasional maupun internasional. Hal tersebut pasti akan memunculkan pesaing-pesaing yang hebat yang berasal dari seluruh dunia, para pengusaha yang tidak dapat mengembangkan bisnisnya akan terancam gulung tikar. Menurut Novitasari (2020) dalam Putri, et.al (2021) salah satu cara untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan dengan meningkatkan kinerja perusahaan.

Menurut Permatasari (2019) dalam Putri, et.al (2021) kinerja perusahaan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dan merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Semakin baik kinerja perusahaan maka akan meningkatkan kesejahteraan didalam

perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI. Kinerja perusahaan yang baik juga bermakna bagi konsumen, komunitas, karyawan, dan pemasok termasuk dalam pemasok adalah kreditur, yaitu pemasok dana. Kinerja perusahaan bisa juga dikatakan sebagai tolak ukur prestasi kerja perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan, diantaranya yaitu *tangibility*, *growth opportunity*, dan umur perusahaan. *Tangibility* adalah ukuran dari pemanfaatan aset jangka panjang yang digunakan dalam operasional perusahaan. *Tangibility* merupakan pertimbangan penting dalam pendanaan perusahaan, karena aktiva tetap dapat menjadi jaminan bagi kreditur. Tangible asset merupakan aset atau kekayaan fisik suatu perusahaan, seperti bangunan dan peralatan. *Tangibility* dari aset dapat diinterpretasikan sebagai suatu ukuran pada tingkat jaminan atau kolateral yang mampu ditawarkan perusahaan pada debitor atau pemberi pinjaman dana. Menurut penelitian yang dilakukan oleh William dan Sanjaya (2017) *tangibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tumba dan Murtini (2021) *tangibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan..

*Growth opportunity* adalah merupakan peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan. Baiknya kondisi perputaran keuangan perusahaan ditandai adanya peluang *growth opportunity* yang positif. *Growth opportunity* yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk melakukan perluasan usaha Dengan nilai *growth opportunity* yang tinggi, perusahaan diharapkan mampu untuk mencapai dan menghasilkan keuntungan yang tinggi dimasa yang akan datang. *Growth opportunity* yang tinggi dapat dijadikan sebagai analisis tercapainya kemakmuran para pemegang saham. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aditya (2021) dan Kaylsi & Khoirddin (2021) *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.. Sedangkan

menurut Khairani (2015) *growth opportunity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan..

Umur perusahaan merupakan faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Umur perusahaan yaitu seberapa lama suatu perusahaan mampu untuk bertahan, bersaing, dan mengambil kesempatan bisnis yang ada didalam perekonomian. Umur perusahaan yaitu seberapa lama suatu perusahaan mampu untuk bertahan, bersaing, dan mengambil kesempatan bisnis yang ada didalam perekonomian. Perusahaan kecil yang memiliki umur relatif muda akan menggunakan *debt* yang lebih kecil dibandingkan dengan menggunakan *equity* sebagai sumber dananya. Hal ini dikarenakan perusahaan yang berumur relatif muda belum memiliki atau masih sedikit memiliki akses untuk memperoleh dana dari luar atau dari investor dikarenakan investor menganggap perusahaan yang berumur relatif muda belum memiliki pengalaman didalam menjalankan perusahaan serta mengelola arus kasnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mariani (2021) dan Rahma, *et.al* (2019) umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Alasan peneliti melakukan penelitian dengan tema kinerja perusahaan yaitu pada era bisnis yang saat ini masih belum stabil pasca covid, banyak bisnis yang gulung tikar dan banyak pula bisnis yang saling bermunculan yang masih dikategorikan baru dan belum stabil. Bukan hanya umurnya yang masih kecil, namun juga kepemilikan aset yang masih sedikit dan kesempatan bertumbuhnya belum pasti. Sehingga banyak investor perlu lebih mempertimbangkannya. Selain itu, banyak juga perusahaan yang masih bertahan sampai sekarang namun dari segi pendapatannya cenderung menurun. Sehingga penelitian dilakukan agar bisa digunakan para investor untuk melihat apasaja yang mempengaruhi kinerja perusahaan agar mereka tidak asal dalam melakukan investasi pada perusahaan terutama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *tangibility*, *growth*

*opportunity* dan umur perusahaan terhadap kinerja perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.

## Tinjauan Pustaka

### Teori Asimetri Informasi

Teori asimetri informasi merupakan situasi di mana salah satu pihak dalam transaksi mengetahui lebih banyak mengenai informasi di dalam suatu perusahaan dibandingkan dengan yang lain. Informasi yang berarti dipegang oleh satu pihak, namun tidak semua pihak mempunyai informasi dalam suatu transaksi. Salah satu masalah Asimetri informasi adalah pengambilan keputusan mengenai sumber daya yang relatif langka dan terbatas, oleh karena itu informasi yang baik diperoleh melalui pengambilan keputusan yang tepat dan akurat, memaksimalkan profitabilitas dan memanfaatkan sumber daya yang langka secara optimal.

Teori asimetri informasi mempengaruhi antara umur perusahaan dengan kinerja perusahaan, dimana pada perusahaan yang memiliki umur perusahaan lebih tua, perusahaan yang dimaksud cenderung memiliki tingkat asimetris informasi yang lebih tinggi. Hal ini membuat kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Menurut Sulistyanto (2008) asimetri informasi mendorong manajer untuk berperilaku oportunistik dalam mengungkapkan informasi mengenai perusahaan, terutama informasi tentang keuangan perusahaan yang disajikan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan yang disajikan untuk pemegang saham dan kepentingan lainnya dimanipulasi oleh manajemen untuk kepentingan manajemen itu sendiri. Semakin banyak manajer memiliki informasi, maka semakin besar pula dorongan bagi manajer untuk berperilaku oportunistik. Praktik perataan laba merupakan salah satu akibat dari adanya asimetri informasi.

Praktik perataan laba mengakibatkan pemilik mendapatkan informasi yang kurang andal karena tidak sesuai dengan kondisi

perusahaan yang sesungguhnya dan tidak relevan dengan kebutuhan pemilik dengan begitu kebutuhan dan kepentingan pemilik untuk memperoleh informasi yang berkualitas menjadi terabaikan (Sulistyanto, 2008). Artinya, karakteristik kualitatif atau kualitas informasi akuntansi yang terabaikan adalah relevan dan keterandalan.

### Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agency theory*) mendeskripsikan adanya hubungan antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama yang disebut "*nexus of contract*". Menurut Barolla dalam Muid dan Bernandhi (2014) teori keagenan menyatakan adanya hubungan kontraktual antara manajer sebagai pihak agen dan pemegang saham sebagai pihak prinsipal. Kontrak yang terikat diantara kedua pihak seharusnya menghasilkan hubungan yang efisien agar keduanya memperoleh keuntungan yang maksimal. Sistem kontrak kerja yang jelas dapat menjadi salah satu cara untuk mengurangi konflik keagenan guna menekan perbedaan kepentingan pihak prinsipal dan agen. Hubungan kontrak yang efisien terwujud apabila manajer selaku agen dan para pemegang saham selaku prinsipal mendapatkan informasi yang sama dengan kualitas informasi yang baik, dengan kata lain pihak manapun tidak boleh menyembunyikan informasi dalam bentuk apapun, terlebih jika informasi yang disampaikan berpotensi menguntungkan sebelah pihak saja.

Dalam teori keagenan perusahaan dipandang sebagai sekumpulan kontrak antara manajer perusahaan dan pemegang saham. Prinsipal atau pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan terhadap pihak manajemen. Manajer sebagai pihak yang diberi wewenang atas kegiatan perusahaan dan berkewajiban menyediakan laporan keuangan akan cenderung untuk melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya dan mengorbankan kepentingan pemegang saham.

Sebagai pengelola perusahaan, manajer akan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dibandingkan pemilik (pemegang saham). Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggungjawab atas pengelolaan perusahaan namun informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya sehingga hal ini memacu terjadinya konflik keagenan.

Secara umum, masalah keagenan yang disebabkan oleh manajemen akan menyebabkan hilangnya kekayaan pemegang saham dengan cara seperti manajemen mungkin tidak memilih proyek investasi tertinggi, tetapi proyek yang memaksimalkan kepentingannya sendiri, yang akan membuat pemegang saham terekspos risiko investasi yang tidak perlu. Pemegang saham besar berpendapat untuk memantau manajemen lebih baik daripada pemegang saham kecil karena mereka menginternalisasi sebagian besar biaya pemantauan dan memiliki kemampuan bersuara yang cukup untuk mempengaruhi keputusan perusahaan. Ketika dewan direksi memiliki bagian dari saham perusahaan, kepentingan mereka menyelaraskan kepentingan pemegang saham lain dan mereka cenderung terlibat dalam perilaku oportunistik.

### **Kinerja Perusahaan**

Kinerja perusahaan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dan merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya (Permatasari, 2019) dalam (Putri, et.al, 2021). Kinerja perusahaan merupakan prestasi perusahaan. Kinerja perusahaan memiliki pengertian sebagai hasil dari sebuah kegiatan manajemen di sebuah perusahaan. Hasil dari kegiatan manajemen ini kemudian dijadikan sebuah parameter atau tolok ukur untuk menilai keberhasilan manajemen sebuah perusahaan dalam hal pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan dalam periode tertentu. Tujuan

utama didirikannya perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Kesejahteraan dapat ditingkatkan melalui kinerja perusahaan yang baik.

Menurut Setiaputra & Viriany (2021) salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan bisnisnya adalah meningkatkan kinerja perusahaan itu sendiri. Kinerja perusahaan umumnya dikerahkan oleh pengendalian perusahaan secara internal. Kinerja perusahaan adalah hasil dari serangkaian proses dengan pengorbanan dari berbagai macam sumber daya (Moerdiyanto, 2010). Kinerja perusahaan yang diukur menggunakan laporan keuangan, maka laporan keuangan hendaknya disusun sesuai standar. Menurut Jessica & Triyani (2022) informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan di masa lalu seringkali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja di masa depan dan hal-hal lain yang langsung menarik perhatian pemakai seperti dividen, upah, pergerakan harga sekuritas dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya.

Kinerja perusahaan merupakan hasil dari implementasi kebijakan suatu perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dijadikan tolak ukur prestasi suatu perusahaan yang ditimbulkan sebagai akibat dari proses pengambilan keputusan manajemen yang sulit dan kompleks, karena menyangkut efektivitas pemanfaatan modal, efisiensi dan rentabilitas dari kegiatan didalam perusahaan. Kinerja perusahaan akan menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan kinerja operasional dalam satu periode waktu tertentu.

### **Tangibility**

Menurut Tumba & Murtini (2021) *tangibility* merupakan aset tetap yang dimiliki perusahaan yang dapat dijadikan agunan hutang. Semakin besar nilai *assets tangibility*, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan mendapatkan pinjaman. Aset tetap yang digunakan sebagai jaminan memiliki peran penting dalam menentukan struktur modal perusahaan (Torneyeva, 2013).

*Tangibility* adalah ukuran dari pemanfaatan aset jangka panjang yang digunakan dalam operasional perusahaan. Semakin *tangibility* suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula kemampuan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi dalam menerbitkan surat hutang. Jika suatu perusahaan mempunyai komposisi yang besar pada aset tetapnya, maka kesempatan untuk mendapatkan bunga yang lebih rendah akan semakin besar dan begitu pula sebaliknya. Pada dasarnya hal ini merupakan refleksi dari pengendalian manajemen pada aset tetap secara jangka panjang dan juga sebagai indikasi dari ukuran dari earning power dari aset untuk memaksimalkan keuntungan dari pemegang saham. *Tangibility* dari aset dapat diinterpretasikan sebagai suatu ukuran pada tingkat jaminan atau kolateral yang mampu ditawarkan perusahaan pada debitor atau pemberi pinjaman dana.

*Tangibility* berhubungan dengan jumlah kekayaan (*asset*) yang dapat dijadikan jaminan, hal ini dipandang sebagai cara untuk mengurangi risiko kreditur. Semakin besar proporsitas *tangibility* perusahaan, maka kreditur akan lebih mudah memberikan pinjaman sehingga tingkat hutang menjadi semakin besar (Antao, 2012). Teori *size effect* menyatakan perusahaan dengan *tangibility* besar akan menggunakannya sebagai jaminan untuk memperoleh hutang. *Tangibility* memiliki efek positif yang menunjukkan bahwa aset berwujud yang mudah dipantau dan memberikan jaminan yang baik, maka akan mengurangi konflik keagenan antara pemegang saham dan kreditur. Efek negatif yang dihasilkan *tangibility* terhadap kinerja perusahaan karena perusahaan dengan tingkat aset berwujud yang banyak cenderung kurang menguntungkan karena biaya modal yang dikeluarkan akan meningkat sehingga akan menurunkan keuntungan perusahaan.

### ***Growth Opportunity***

*Growth opportunity* adalah peluang bertumbuhnya suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Menurut Sari dan Priyadi (2016)

*growth opportunity* merupakan harapan dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi sering melakukan ekspansi usaha sehingga lebih banyak membutuhkan dana di masa depan untuk memenuhi kebutuhannya. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang tinggi biasa memilih menggunakan saham untuk mendanai operasionalnya.

Sedangkan perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang rendah lebih memilih menggunakan hutang jangka panjang. Baiknya kondisi perputaran keuangan perusahaan ditandai adanya peluang *growth opportunity* yang positif. *Growth Opportunity* yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk melakukan perluasan usaha.

*Growth opportunity* atau peluang bertumbuh perusahaan menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang. Menurut Hermuningsih (2013) peluang pertumbuhan adalah perubahan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang cenderung lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan (Hermuningsih, 2013).

### **Umur Perusahaan**

Umur perusahaan adalah seberapa lama suatu perusahaan mampu untuk bertahan, bersaing, dan mengambil kesempatan bisnis yang ada didalam perekonomian. Umur perusahaan menggambarkan profitabilitas, kredibilitas serta diversifikasi perusahaan. Perusahaan yang umur bisnisnya lama lebih menguntungkan dan beragam cenderung lebih kredibel sehingga akan kurang menderita kesulitan keuangan (Matias et al., 2018).

Umur perusahaan merupakan seberapa lama waktu yang dicapai suatu perusahaan dari awal berdiri sampai dengan waktu yang tak terbatas. Perusahaan yang mempunyai umur yang relatif lebih tinggi, biasanya lebih baik mengumpulkan, memproses dan menghasilkan informasi, hal itu dikarenakan perusahaan sudah memiliki jam kerja yang banyak. Sedangkan perusahaan yang lebih muda lebih

rentan terhadap kegagalan karena kurangnya pengalaman.

Menurut William & Sanjaya (2017) umur Perusahaan menjelaskan bahwa perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menggunakan peluang yang ada. Dengan mengetahui umur perusahaan, maka akan diketahui pula sejauh mana perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI dapat survive. Umur perusahaan juga menjelaskan pengalaman suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya (Kipesha, 2013). Umur perusahaan yang semakin bertambah akan meningkatkan kinerja perusahaan dari aspek pengalaman yang dimiliki selama menjalankan bisnisnya, karena akan lebih mudah memperoleh dana.

## 2. METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini didesain berbentuk penelitian kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *tangibility*, *growth opportunity*, dan umur perusahaan terhadap kinerja perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022).

### Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu sebanyak 40 perusahaan dari tahun 2018-2022.

Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria yang dipakai dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaann manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2022
- b. Perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang mengeluarkan laporan keuangan auditan secara lengkap tahun 2018-2022
- c. Perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan tahun 2018-2022 dengan menggunakan satuan mata uang rupiah.

Hasil pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, menunjukkan perusahaan sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang akan digunakan sebagai sampel penelitian sebanyak 70 perusahaan. Jumlah outlier sebesar 22 perusahaan sehingga sisanya adalah 48 perusahaan yang menjadi anggota sampel. Berikut rincian tahapan seleksi sampel:

Tabel 1 Rincian Tahapan Seleksi Sampel Perusahaan

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	40
2	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak menerbitkan laporan tahunan lengkap 2018-2022	(26)
3	Laporan keuangan tahun 2018-2022 dengan menggunakan satuan mata uang rupiah	(0)
<b>Jumlah sampel sesuai kriteria</b>		<b>14</b>
<b>Jumlah sampel penelitian (14 x 5)</b>		<b>70</b>
<b>Outlier</b>		<b>(22)</b>
<b>Total Sampel</b>		<b>48</b>

Sumber: Data Sekunder, 2024

### Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan dan *annual report* perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2018-2022 melalui situs

<http://www.idx.co.id> dan *website* resmi masing-masing perusahaan sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah dokumentasi. Data lainnya diperoleh dari jurnal, buku, dan sumber literatur lainnya yang memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### Metode Analisis Data

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data yang diperoleh akan diuji terlebih dahulu memenuhi asumsi dasar, dan pengujian yang dilakukan yaitu Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, Uji Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*).

memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan hasil pengujian pada tabel 2

Pengujian normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* diatas, dapat dilihat bahwa hasil dari *Asymp.Sig. (2-tailed)* hanya sebesar 0,000 dimana nilai tersebut < 0,05 yang berarti didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi tak normal. Setelah dilakukan penghilangan data *outlier* dengan metode *z-score*, maka uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* yang dihasilkan menjadi seperti tabel dibawah ini:

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Hasil Penelitian

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen

Tabel 2 Uji Normalitas Data Sesudah Outlier

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	P-Value	Sig.	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	1.057	0.214	P > 0.05	Normal

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 2, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah 1,057 dan atau *p-value* sebesar 0,214 >  $\alpha = 0,05$  atau 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal karena memenuhi asumsi normalitas atau dapat dikatakan

sebaran data dalam penelitian ini digolongkan data berdistribusi normal.

#### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara variabel gangguan satu observasi dengan variabel gangguan observasi yang lain. Untuk

mengetahui ada tidaknya autokorelasi, digunakan metode Durbin Watson (*DW Test*). Tabel di bawah ini menunjukkan

hasil dari uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Autokorelasi

	Durbin Watson	Keterangan
<i>P-value</i>	2,144	Bebas Autokorelasi

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan tabel 3 hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa hasil DW hitung sebesar 2,144 dan DW Tabel untuk  $dL=1,3619$ ,  $dU=1,7206$ ,  $4-dU=2,2794$ . Nilai DW hitung kemudian akan dibandingkan dengan nilai DW tabel, jadi nilai DW berada diantara  $dU < dW < (4-dU)$  yaitu  $1.7206 < 2,144 < 2,2794$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 Uji Multikoloniretas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
<i>Tangibility</i>	0,870	1,150	Bebas multikolinearitas
<i>Growth Opportunity</i>	0,932	1,073	Bebas multikolinearitas
<i>Umur Perusahaan</i>	0,952	1,051	Bebas multikolinearitas

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Dari hasil analisis SPSS 25 tabel 4, pada bagian koefisien untuk keempat variabel independen terlihat bahwa nilai *tolerance* dari keempat variabel independen dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* bebas multikolinearitas, karena nilai *tolerance* ketiga variable diatas 0,1. Sedangkan keempat variabel independen dapat disimpulkan bahwa nilai VIF bebas dari multikolinearitas, karena nilai VIF ketiga variabel dibawah 10.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Data dikatakan homoskedastisitas atau bebas dari heteroskedastisitas jika signifikansi pada (*absolut residual*) *abs\_res* yang dihasilkan adalah lebih besar dari 0.05. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian yang dilakukan dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Kesimpulan
<i>Tangibility</i>	0,860	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Growth Opportunity</i>	0,720	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Umur Perusahaan	0,836	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Uji Glejser pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yaitu dengan melihat pengaruh *tangibility*, *growth opportunity*, dan umur perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian yang dilakukan dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 6 Hasil Uji Regresi

Variabel	Koef	t	t <sub>tabel</sub>	Sig	Keterangan
(constant)	0,333	2,013	2,015	0,050	Tidak
<i>Tangibility</i>	0,071	0,510	2,015	0,613	Signifikan
<i>Growth Opportunity</i>	0,007	2,339	2,015	0,024	Signifikan
Umur Perusahaan	0,016	-2,559	2,015	0,014	Signifikan

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan tabel 6 dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KP &= \alpha + \beta_1TANK + \beta_2GO + \beta_3UP + e \\
 KP &= 0,333 + 0,071TANK + 0,007GO - \\
 &\quad 0,016UP + e
 \end{aligned}$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat diinterprestasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,333 dengan parameter positif menunjukkan bahwa apabila variabel independen dalam regresi yaitu *tangibility*, *growth opportunity*, dan umur perusahaan adalah nol, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,333.

- b. Nilai koefisien regresi *tangibility* menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,071 dengan parameter positif. Hal ini berarti apabila *tangibility* mengalami peningkatan 1 satuan maka kinerja perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,071. Sebaliknya, apabila *tangibility* mengalami penurunan 1 satuan maka kinerja perusahaan akan mengalami penurunan.
- c. Nilai koefisien regresi *growth opportunity* menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,007 dengan parameter positif. Hal ini berarti apabila *growth opportunity* mengalami peningkatan 1 satuan maka kinerja perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,007. Sebaliknya, apabila *growth opportunity* mengalami penurunan 1

satuan maka kinerja perusahaan akan mengalami penurunan.

- d. Nilai koefisien regresi umur perusahaan menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,016 dengan parameter negatif. Hal ini berarti apabila umur perusahaan mengalami penurunan 1 satuan maka kinerja perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0,016. Sebaliknya,

apabila umur perusahaan mengalami kenaikan 1 satuan maka kinerja perusahaan akan mengalami kenaikan.

### Uji F

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil dari uji signifikansi simultan (Uji F) adalah sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji F

Model	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.
Regression	3,145	2,59	0,024

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan tabel 7 hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{tabel}$  pada  $df=4;4$  sebesar 2,59. Pada regresi nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $3,145 > F_{tabel}$  sebesar 2,59 dengan nilai signifikansi  $0,024 < \alpha = 0,05$ . Hal ini  $H_0$  ditolak atau menunjukkan bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan, maka model yang telah dirumuskan dapat digunakan untuk memprediksi kinerja perusahaan. Hal ini juga berarti bahwa secara simultan kinerja perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *tangibility*, *growth opportunity*, umur perusahaan.

### Uji t

Uji statistik t bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara individual variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan untuk melakukan pengujian hipotesis pada penelitian ini yang akan menentukan apakah hipotesis yang telah dirumuskan akan diterima atau ditolak. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji t lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan, yaitu 0,05 maka hipotesis yang dirumuskan dapat diterima. Jika yang terjadi adalah sebaliknya maka hipotesis yang telah dirumuskan ditolak. Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian yang dilakukan dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 8 Uji Statistik t

Variabel	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig	Keterangan
Tangibility	0,510	2,015	0,613	H <sub>1</sub> ditolak
Growth Opportunity	2,339	2,015	0,024	H <sub>2</sub> diterima
Umur Perusahaan	2,559	2,015	0,014	H <sub>3</sub> diterima

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan hasil uji t diatas  $t_{tabel}$  pada daerah signifikan 5% atau 0,05 dengan  $df = n-k = 48-4 = 44$  sebesar 2,015. Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai  $t_{hitung}$  variabel *tangibility* lebih besar dibanding nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $0,510 < 2,015$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,613 > 0,05$ , sehingga  $H_1$  ditolak yang artinya *tangibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
- b. Nilai  $t_{hitung}$  variabel *growth opportunity* lebih besar dibanding nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $2,339 > 2,015$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,024 <$

$0,05$ , sehingga  $H_2$  diterima yang artinya *growth opportunity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

- c. Nilai  $t_{hitung}$  variabel umur perusahaan lebih besar dibanding nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $2,559 > 2,015$ , dan nilai signifikansi sebesar  $0,014 < 0,05$ , sehingga  $H_3$  diterima yang artinya *growth opportunity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel di bawah ini menunjukkan hasil dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebagai berikut:

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi

R	$R^2$	Adjusted $R^2$
0.601 <sup>a</sup>	0.362	.320

Sumber: Hasil Analisis Data, 2024

Berdasarkan tabel 9 hasil koefisien determinan (*Adj R<sup>2</sup>*) menunjukkan nilai sebesar 32%. Maka dapat disimpulkan bahwa 32% variabel dependen yaitu kinerja perusahaan mampu diklasifikasikan oleh *tangibility*, *growth opportunity*, dan umur perusahaan sedangkan sisanya sebesar 68% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

### 3.2. Pembahasan

#### Pengaruh *tangibility* terhadap kinerja perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022

Berdasarkan hasil pada pengujian hipotesis, hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai signifikansi

*tangibility* sebesar  $0,613 > 0,05$  yang berarti *tangibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal tersebut dikarenakan rasio *tangibility* menjelaskan mengenai aset fisik dan terukur yang digunakan dalam operasi perusahaan. Aset tetap berperan penting dalam struktur perusahaan. Aset lebih mudah dijamin dan tidak kehilangan banyak nilai ketika perusahaan menghadapi kesulitan keuangan. Namun ketika aset tersebut ditangguhkan maka beban pada perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI akan menjadi besar, hal tersebut disebabkan oleh hutang dan bunga. Maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI ketika memiliki aset yang besar akan diikuti oleh hutang yang

ditanggung oleh perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI yang juga akan membesar, sehingga pendapatan pada perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI akan lebih banyak dipakai untuk membayar hutang. Perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI akan lebih terfokus kepada hutang dibandingkan dengan kinerja perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI. Sehingga dapat dikatakan bahwa besarnya aset (*tangibility*) tidak menjadi tolak ukur bahwa kinerja pada perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI baik pula.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Curry (2019) dan Viriany (2021) yang menghasilkan penelitian bahwa *tangibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tumba dan Murtini (2021) yang menunjukkan bahwa *tangibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

#### **Pengaruh *growth opportunity* terhadap kinerja perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022**

Berdasarkan hasil pada pengujian hipotesis, hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai signifikansi *growth opportunity* sebesar  $0,024 < 0,05$  yang berarti *growth opportunity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. *Growth opportunity* dapat digunakan sebagai peluang pertumbuhan pada suatu perusahaan di masa yang akan datang.

Perusahaan dapat memperkirakan seberapa besar *growth opportunity* dalam masa yang akan datang, *growth opportunity* adalah salah satu faktor yang penting dalam mengelola berjalannya perusahaan. Sehingga menuntut perusahaan agar terus mengelola perusahaan dengan baik yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. *Growth opportunity* yang baik dapat diukur dengan melihat aset didalam perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI, semakin banyak aset yang dimiliki perusahaan maka bisa dikatakan bahwa *growth opportunity* didalam perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI semakin baik. Semakin baik kesempatan bertumbuhnya suatu perusahaan maka akan semakin meningkatkan kinerja suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairani (2015) *growth opportunity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Armini & Wirama (2015) yang menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

#### **Pengaruh umur perusahaan terhadap kinerja perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022**

Berdasarkan hasil pada pengujian hipotesis, hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai signifikansi umur perusahaan sebesar  $0,014 < 0,05$  yang berarti umur perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang berumur relatif muda belum memiliki

atau masih sedikit memiliki akses untuk memperoleh dana dari luar atau dari investor dikarenakan investor menganggap perusahaan yang berumur relatif muda belum memiliki pengalaman didalam menjalankan perusahaan serta mengelola arus kasnya. Investor akan lebih memilih perusahaan yang telah berdiri sejak lama dikarenakan investor menganggap bahwa perusahaan yang telah memiliki umur yang banyak akan dianggap lebih berpengalaman dalam mengelola bisnis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin lama umur suatu perusahaan maka akan semakin baik kinerja perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luthan (2017) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desy Mariani (2021) yang menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Tangibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan ketika memiliki aset yang besar akan diikuti oleh hutang besar pula, sehingga pendapatan pada perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI akan lebih banyak dipakai untuk membayar hutang. Perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI akan lebih terfokus kepada

hutang dibandingkan dengan kinerja perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa besarnya aset (*tangibility*) tidak menjadi tolak ukur bahwa kinerja pada perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI baik pula.

- b. *Growth opportunity* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, salah satu faktor yang penting dalam mengelola berjalannya perusahaan. *Growth opportunity* dapat digunakan sebagai peluang pertumbuhan pada suatu perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan dapat memperkirakan seberapa besar dan bagus *growth opportunity* di masa depan, semakin tinggi perkiraan pertumbuhan suatu perusahaan dimasa yang akan datang maka akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan.
- c. Umur Perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yaitu seberapa lama suatu perusahaan mampu untuk bertahan, bersaing, dan mengambil kesempatan bisnis yang ada didalam perekonomian. Semakin lama perusahaan perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di BEI berdiri maka akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada pihak-pihak yang telah memberi dorongan semangat, bimbingan, dan arahan. Diucapkan terima kasih kepada kedua Orang Tua dan keluarga yang telah mendukung penyusunan artikel ini.

#### 6. REFERENSI

- Aditya, W., Wiharno, H., & Nurfatimah, S. N. (2021). Pengaruh Likuiditas Saham, Kesempatan Bertumbuh,

- dan Profitabilitas Terhadap Return Saham. *JRKA*, 7(8), 103-122.
- Asbari, M., Novitasari, D., Silitonga, N., Sutardi, D., & Gazali. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja Karyawan: Peran Kesiapan untuk Berubah Sebagai Mediator. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 84–99.
- Dewi Wardani. (2010). Does Micro Finance Institution Reduce Poverty With Encouraging The Micro Business. *Jurnal Seminar Internasional Towards Excellent Small Business*, Vol 1(No 1), 1–13.
- Erika, N., Ketut, I. G., Ulupui, A., & Yusuf, M. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan pada saat Pandemi Covid-19 dengan Struktur Modal sebagai Variabel Kontrol. 3(3), 588–607.
- Jessica, J., & Triyani, Y. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 11(2), 138–148.
- Kaylsi, H. K. P., & Khoureddin, M. (2021). The Determinants Of Firm Performance Of Indonesian Listed Companies. *Management Analysis Journal*, 10(3), 330-340.
- Kristanti, I. N. (2018). Analisis Pengaruh Arus Kas Operasi Dan Laba Akuntansi Terhadap Return Saham Perusahaan Peraih Investment Award (Best Issuers) Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 29–42.
- Kristiyanti, LMS. (2021). Relationship between Good Corporate Governance, Leverage, Company Size, And Financial Performance Registered On Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5 (2), 520 -530.
- Kusna, I., & Setijani, E. (2018). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 93–102.
- Luthan, E., Rizki, S. A., & Edmawati, S. D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(2), 204–219.
- Mariani, D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan, Struktur Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 109–120.
- Megawati; Dermawan, E. S. (2019). Analisis Pengaruh Firm Size, Firm Age, Leverage, Dan Growth Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(3), 666–674.
- Permatasari, I. R., Barus, B. S., & Diansyah, G. (2019). Analisis Nitrat Dan Fosfat Pada Sedimen Di Muara Sungai Banyuasin, Kabupaten Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Penelitian Sains*, 21(3), 140.
- Rahma, A., Muslim, A., & Nalurita, F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Umur Perusahaan,

- Ukuran Perusahaan Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan, Minuman Dan Tembakau Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 2017. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2.
- Ramaiyanti, S., Nur, E., Yesi, D., & Basri, M. (2018). Pengaruh Risiko Bisnis, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi*, 26, 65–81.
- Saputra, A., Utami, I., & Kristianti, I. (2018). Akuntabilitas Dan Transparansi Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah Serta Potensi Whistleblowing Atas Penyalahgunaan Dana. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 13(1), 13–28.
- Sari, R. A. ., & Priyadi, M. . (2016). Pengaruh Leverage , Profitabilitas , Size , Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–17.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tumba, A. N. B., & Murtini, U. (2021). Pengaruh Dividen, Hutang, Risiko, Liquidity, Tangibility, Company Growth, Firm Size, Dan Overinvestment Terhadap Kinerja Perusahaan. *JRAK*, 12(1), 37-48.
- Violita, R., & Sulasmiyati, S. (2017). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis* S1 Universitas Brawijaya, 51(1), 138–144.
- Viriany, N. S. (2021). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Tangibility, dan Likuiditas Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(3), 984.
- William, J., & Sanjaya, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi* , 19(2), 152–162.
- Yanti, N. W., & Chandra, S. (2019). Pengaruh CR, DAR, TATO dan Tangibility terhadap ROA pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. *Bilancia*, 3(1), 91–98.