

THE INFLUENCE OF LEVERAGE, PROFITABILITY, COMPANY SIZE AND COMPANY GROWTH ON FIRM VALUE (EMPIRICAL STUDY ON PROPERTY AND REAL ESTATE COMPANIES LISTED ON THE BEI IN 2016-2022)

PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPERIS PADA PERUSAHAAN PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016-2022)

Fadzilla Isnaini Puspitasari¹, Sunarto²

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang^{1,2}

fadzillaisnaini@mh.unisbank.ac.id¹, sunarto@edu.unisbank.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the factor that influence firm value. Some of the variables used in this study are leverage, profitability, company size, and company growth. The population used in this study are companies in the real estate and property sector that are listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2022. The method used to collect this data is purposive sampling method. The number of samples used is 46 companies and the number used is 322 data. When processing data, there are several company data that must be outlier. After the outlier data, the number of samples used was 143 data. The analytical method used in this study is the quantitative analysis method. The results of this study show that leverage and company growth have no effect on firm value. While the profitability and size of the company positive affect the value of the company.

Keywords: *Leverage, Profitability, Company Size, Company Growth, and Company Value*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk uji dan menganalisis faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan. Populasi akan digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan di sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2022. Metode yang digunakan pengambilan data ini yaitu metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 46 perusahaan dan jumlah yang digunakan sebanyak 322 data. Saat pengolahan data terdapat beberapa data perusahaan yang harus di outlier. Setelah data outlier, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 143 data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Leverage* dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Nilai Perusahaan*

PENDAHULUAN

Properti dan agen perumahan adalah salah satu dari beberapa sektor yang tercatat sebagai perusahaan besar di pertukaran properti, agen perumahan, dan wujud Bursa Efek Indonesia (BEI). Beragam jenis investasi dimungkinkan di sektor real estate dan properti. bisa dilakukan di bidang properti dan real estate. Ini umumnya jatuh ke dalam salah satu dari tiga kategori ; Pertama, properti perumahan yang mencakup rumah, apartemen, dan jumlah variasi

produk yang dijual, properti komersial, yaitu yang ditunjuk untuk kebutuhan bisnis, seperti fasilitas penyimpanan barang dan parkir. Terakhir ada tanah dan *industrial property* yang merupakan sesuatu yang akan menjadi nilai jual disebuah perusahaan yang bernilai tinggi, seperti bangunan ruko, rumah, dan juga kantor.

Properti dan agen perumahan sangat berperan penting dalam perekonomian negara mana pun. Sektor real estate ini sendiri mengacu pada pembelian, penjualan, penyewaan. Adapun penyewaan properti yaitu seperti rumah,

bangunan komersial, dan tanah. Disisi lain properti, mengacu pada aset yang dimiliki individu atau organisasi, termasuk real estate, barang pribadi, dan kekayaan intelektual.

Selain itu sektor ini juga merupakan kontributor penting bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Salah satu cara signifikan untuk berkontribusi terhadap ekonomi adalah melalui penciptaan lapangan kerja. Sektor real estate mempekerjakan jutaan orang dalam berbagai profesi seperti arsitektur, teknik, konstruksi, dan manajemen properti. Sektor ini juga menciptakan lapangan kerja di industri terkait seperti keuangan, asuransi, dan layanan hukum.

Sektor properti dan real estate juga berkontribusi terhadap pendapatan pemerintah melalui pajak dan biaya. Pajak properti merupakan sumber pendapatan utama bagi pemerintah daerah, dan transaksi real estate akan menghasilkan pendapatan yang sangat signifikan melalui pajak penjualan dan biaya transfer. Pendapatan ini dapat digunakan untuk mendanai layanan publik seperti pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur.

Adapun, sektor properti dan real estate dapat menjadi indikator kesehatan ekonomi. Harga properti dan volume transaksi real estate dapat digunakan untuk menilai keadaan ekonomi secara keseluruhan. Misalnya, naiknya harga properti dapat mengindikasikan pertumbuhan ekonomi, sedangkan penurunan harga dapat mengindikasikan resesi. Namun, sektor properti dan real estate juga dapat berdampak negatif terhadap perekonomian. Krisis keuangan global tahun 2008 sebagian disebabkan oleh jatuhnya pasar perumahan di Amerika Serikat.

Karena telah diprediksi bahwa pasar real estate Indonesia akan terus tumbuh hingga tahun 2023, prediksi ini didasarkan pada sejumlah perusaahn

pengembang yang secara aktif meluncurkan produk baru. Direktur Utama Bank BTN, Haru Koesmahargo, menyatakan bagian properti masih cukup bagus. Namun selama musim Covid-19, bagian ini adalah satu satunya dari 10 bagian yang tidak pernah mengalami putaran yang turun, terlepas dari kenyataan bahwa Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) perbankan sempat bermasalah. Kecuali posisi bcklogging yang ada, di setiap tahun selalu terjadi penambahan keluarga baru sebanyak 800.000 keluarga.

Karena pengaruh yang besar dalam ekonomi, maka selain itu, industri properti dan real estate cukup efektif dalam hal pembayaran laba dan benchmarking harga saham. Karena harga sekuritas berikutnya akan rendah dan volatile, investor akan lebih selektif ketika membeli dan menjual sekuriti mereka melalui Bursa Efek Indonesia.

Faktor pertama yang dapat memberi nilai perusahaan adalah *Leverage*. *Leverage* akan memperlihatkan sampai mana perusahaan saat mendapatkan seluruh kewajibannya melalui pendapatan. *Leverage* adalah jumlah utang yang dimiliki perusahaan, dan semakin tinggi leverage, semakin tinggi risiko dan tingkat pengembalian yang diharapkan. (Fitri Prasetyorini, 2013). Besarnya modal pada pinjaman emiten untuk mendukung operasional perusahaan juga akan menjadi perhitungan rasio *leverage* (Prawira dkk., 2014).

Awal penelitian yang bersangkutan dengan *Leverage* diantaranya adalah penelitian dari (Lisa, 2018) menunjukkan bahwa *Leverage* berefek afirmatif signifikan untuk nilai perusahaan. Hal yang sama juga ditunjukkan pada penelitian (Setiyowati & Tjahjono, 2022) yang juga menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap

nilai perusahaan. Namun di sisi lain terdapat penelitian yang dilakukan oleh (Anggawinata dkk., 2022) yang mana dijelaskan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua adalah profit yang akan membuat perusahaan mendapatkan nilai. Tingkat profitabilitas yang menjadi informasi penting bagi investor. Karena profit menjadi salah satu tujuan perusahaan maka profitabilitas bisa digunakan untuk tolak ukur kemampuan perusahaan guna mewujudkan keuntungan yang akan menjadikan nilai perusahaan tersebut tinggi.

Faktor ketiga yang bisa juga menjadi pengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2001:117-119), ukuran perusahaan dapat dilihat dari rata jumlah penjualan bersih untuk di tahun yang sama ataupun yang akan datang. Keadaan perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar dan kecilnya seberapa mampu pengusaha tersebut dalam melakukan tugas hingga sukses. Investor akan diperingatkan oleh situasi ini sehingga mereka dapat mengenali investasi mereka di perusahaan jika total asetnya tinggi. Ketika harga saham turun itu akan berdampak pada keuntungan per saham perusahaan. Pramudia, (2020).

1. Teori Agensi (Agency Theory)

Materi keagenan ini dikembangkan untuk pertama oleh (Jensen & Meckling, (1976). Seperti ia kemukakan, materi ke agenan (*agency theory*) ini muncul dikarenakan adanya suatu kontrak antara suatu pihak sebagai pemilik (*principal*) yang memberikan wewenang dengan manajemen perusahaan (*agent*) untuk melaksanakan seluruh kegiatan atas nama pemilik perusahaan dalam pengambilan keputusan. Pihak yang disewakan oleh

pemilik saham untuk melaksanakan tugas demi keperluan saham adalah manajemen (*agent*). Selain itu manajemen (*agent*) juga harus memiliki manajer yang bertanggung jawab untuk memberikan kepuasan kepada pemilik saham dengan sebaik mungkin.

Sistem yang digunakan untuk kedua belah pihak dirancang pada tipe keagenan ini, sehingga memerlukan perjanjian kerja sesama pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*). Utilitas terbesar yang mungkin bagi pemilik dan manajer dibandingkan dengan kendala (*restriction*), manfaat (*utility*), dan insentif yang akan diungkapkan oleh manajer. (*agent*). Ketika seorang pemimpin atau pemilik bisnis berurusan dengan agen atau manajer, hasilnya adalah konflik yang timbul karena perbedaan harapan. (Sunarto, 2009).

2. Teori Sinyal (Signaling Theory)

Materi Sinyal atau materi Signaling merupakan teori yang berkaitan pendapat investor tentang perusahaan yang akan mendistribusikan uang berdasarkan operasi atau kebijakan mereka. Menurut Brigham dan Houston (2001), Teori Sinyal, juga dikenal sebagai Teori Signalling, adalah strategi yang dipakai oleh perusahaan untuk menginformasikan investor tentang bagaimana tim manajemen mereka mengelola portofolio perusahaan tertentu. The Signalling Theory menjelaskan mengapa bisnis memiliki dorongan untuk memberikan pihak eksternal (investor dan kreditor) dengan informasi tentang transaksi keuangan mereka. Satu jenis informasi yang dapat diberikan oleh perusahaan mana pun dan dianggap penting bagi semua pemangku kepentingan internal, khususnya pemegang kepentingan investor, adalah laporan yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut setiap tahunnya.

Dengan sinyal yang didasarkan pada laporan keuangan setiap periode, entitas bisnis dapat menginformasikan entitas-entitas bisnis eksternal untuk meratifikasi transaksi.

Menurut Brigham dan Houston (2014), sinyal yaitu perlakuan manajemen perusahaan dalam proses penilaian suatu proyek. Yang menjadi tujuan utama dari teori sinyal adalah tindakan internal perusahaan yang tidak dapat dijangkau oleh pihak eksternal. Informasi tersebut sangat penting untuk eksternal, karena dengan cara itu investor dapat menginterpretasikan itu sinyal positif atau negatif.

3. Nilai Perusahaan

Untuk sebuah perusahaan, hal yang perlu diperhatikan adalah nilai perusahaan. Karena nilai perusahaan dapat membuktikan kondisi dan keadaan serta kinerja perusahaan tersebut. Seorang investor menghindari dan menjauh dari suatu resiko dan datang ke perusahaan dan lanjut berinvestasi di perusahaan dengan tingkat risiko yang kecil begitu seterusnya. Dengan keputusan seperti ini diharapkan perolehan keuntungan dari berbagai tempat investasi akan memberikan kenyamanan dan ketenangan secara batin ataupun psikologis bagi investor tersebut (Sari & Abundanti, 2014).

Nilai ekuitas merupakan nilai perusahaan hak pemegang saham yang Tujuannya adalah untuk menghasilkan hasil terbaik bagi perusahaan. Persepsi investor sangat penting dalam hal bisnis yang sering dihubungkan dengan saham. (Nuswandari dkk., 2019). Mengukur hasil atau mencapai pemegang saham kemakmuran adalah salah satu komponen bisnis utama yang juga harus diimplementasikan oleh manajemen perusahaan. (Brigham & Daves, 2010). Nilai perusahaan ditentukan oleh harga saham yang ditawarkan untuk dijual di bursa saham Indonesia, Bursa Efek,

untuk perusahaan yang sudah menjadi publik. Peningkatan pendapatan perusahaan menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pemiliknya. Sebagai jumlah bisnis tumbuh, pemilik menerima lebih banyak hadiah, dan organisasi manajemen menerima pengakuan untuk perlakuan profesional mereka terhadap karyawan. (Susanti dkk, 2019). Karena hal itu, sangat perlu untuk perusahaan mencari uang investor untuk menyatakan bahwa bertujuan perusahaan tersebut layak mempengaruhi para investor lain.

4. Leverage

Leverage merupakan sebuah gambaran suatu perusahaan mengenai pembiayaan kegiatan operasional perusahaan atas pemakaian hutang (Suwardika & Mustanda 2017). Asal dana sangat penting untuk sebuah perusahaan, maka dari itu perusahaan mendapatkannya melalui pengurangan dan juga laba yang disimpan, selain itu perusahaan juga memiliki sumber pendanaan lain dari luar perusahaan misalnya adalah hutang penerbitan saham (Sari & Abundanti, 2014)

Kasmir, yang (2012) juga menyebutkan bahwa *Leverage* adalah alat yang dapat digunakan untuk memahami bagaimana beberapa bisnis terbesar yang dipertanyakan mampu membayar untuk semua tuntutan, apakah itu untuk barang atau layanan dengan jangka hayat yang panjang. *Leverage* juga dapat digunakan untuk mengurangi sejumlah besar uang yang telah diterima pemilik perusahaan sehubungan dengan uang yang mereka terima dari garis kredit perusahaan mereka.

Sebagai hasil dari *leverage*, menurut (Weston & Copeland 1997), ketika tingkat investasi lebih tinggi dari biaya saham, jumlah investasi yang berisiko juga lebih tinggi. Sebaliknya, ketika tingkat investasi yang berisiko

rendah dari saham, leverage akan menaikkan tingkat investasinya. Menggunakan yang lebih besar akan meningkatkan kekuatan pertahanan perusahaan.

5. Profitabilitas

Keuntungan atau laba untuk bisnis sangat penting untuk kelangsungan hidupnya, dan setiap keraguan dari pihak bisnis dalam mendapatkan laba akan mengakibatkan kebangkrutan bisnis. Pendapatan Profit adalah hasil dari beban yang diciptakan dan ditingkatkan untuk meningkatkan profitabilitas bisnis yang disebutkan di atas dengan melakukan operasi sehari-hari dengan uang tunai yang mudah terlihat dan tersedia yang dapat dihasilkan dari aset fisik atau instrumen keuangan. (Sunarto, Budi & Prasetyo, 2009)

Menurut Harahap (2011:304) untuk memperlihatkan kemampuan profitabilitas dengan memiliki laba melalui sumber kekuatan seperti kas, modal, kegiatan penjualan, jumlah cabang, banyak karyawan, dan lainnya. Apabila perusahaan memiliki profitabilitas tersebut tinggi, berarti dapat menunjukkan kualitas bekerja dengan sangat baik dalam kegiatannya mengelola untuk laba kekayaan perusahaan di tiap periodenya.

6. Ukuran Perusahaan

Banyaknya aset perusahaan dapat menunjukkan ukuran pada umumnya yang memiliki Aktif secara total juga. Disandingkan dengan bisnis yang rendah, perusahaan yang sudah tinggi merasa lebih mudah mengakses pasar keuangan. Investor lebih tertarik dengan perusahaan yang besar untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut sehingga mudah untuk menaikkan nilai perusahaan tersebut. Dengan tersedianya dana tersebut maka memberi kemudahan perusahaan untuk

melaksanakan peluang investasi (Sunarto dkk., 2009).

Riyanto (2011:299) pernah mencatat bahwa bisnis yang lebih besar dengan lebih banyak aset likuid kemungkinan akan memiliki dampak yang lebih kecil pada hilangnya kendali dari lembaga yang lebih kuat atas bisnis yang besar. Mengingat hal ini, perusahaan yang lebih besar menjadi lebih bersedia untuk berinvestasi dalam sekuritas baru untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri sambil bersaing dengan bisnis yang lebih kecil. Menurut (Suwardika & Mustanda 2017), variabel ukuran perusahaan adalah versi terkecil yang mungkin dari bisnis yang diberi dapat dilihat melalui ekuitas terendah, penjualan, atau bisnis aset lengkap. Total aset Perusahaan terbesar saat ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tujuannya, memiliki arah kas yang positif yang sudah diperkirakan memiliki prospek keuntungan bagi pemilik saham. Dengan demikian perusahaan yang lebih besar lebih berani mengeluarkan saham dalam kurun waktu yang singkat.

7. Pertumbuhan Perusahaan

Tolok ukur keberhasilan perusahaan ditandai dengan pertumbuhan perusahaan. Hasil ini juga berfungsi sebagai investasi yang sehat untuk pertumbuhan masa depan di periode yang akan datang. Menurut Titman dan Wessel (1988), kemampuan untuk menampilkan sebagai bisnis adalah proxy yang cocok untuk menerima pembayaran dari agen iklan. Mereka mengklaim bahwa bisnis dengan kecenderungan untuk melakukan investasi adalah mereka yang terletak di industri yang saat ini berkembang.

Menurut pendapat Brigham dan Houston (2009), perusahaan yang tumbuh memiliki aset yang lengkap dan tingkat yang besar dimiliki perusahaan

tersebut. Perusahaan publik juga dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau bisnis dengan praktik bisnis yang semakin sehat sehingga kinerja mereka dapat ditingkatkan. Investor juga akan semakin berminat pada perusahaan besar karena cakupannya sudah lebih besar dari pada perusahaan kecil.

Kasmir (2015,10,7), menyatakan rasio pertumbuhan yang menggambarkan perusahaan yang mampu menjaga posisi ekonomi perusahaan disaat perkembangan pendapatan dan sektor usaha. Bangkitnya perusahaan adalah hal yang diharapkan oleh banyak pihak, mulai dari pihak manajemen hingga investor, sebab pertumbuhan baik dapat menginformasikan bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, karena dianggap dari masa ke masa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang bagus.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang menggunakan leverage akan mendapatkan laba yang lebih besar dan ada banyak perusahaan yang menggunakan metode ini. Perusahaan sangat perlu untuk mengelola *Leverage* dengan sangat baik karena akan meningkatnya nilai perusahaan disebabkan adanya pengurangan pajak penghasilan atas keputusan dalam penggunaan utang yang tinggi.

Hal tersebutlah yang membuat *Leverage* dengan *agency theory* sangat sering dikaitkan. *Agency Theory* atau Sebuah agen real estat memiliki hubungan kerja dengan agen yang telah disetujui oleh trader saham untuk memulai bisnis bersama. Selain itu, seorang manajer dapat melakukan tindakan untuk keuntungan mereka sendiri ketika mentransfer sejumlah

besar uang dari hutang ke bisnis yang sangat mengancam bagi pemilik saham.
H₁ : *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (Dewantari dkk., 2020) besarnya profitabilitas nilai yang didapat oleh suatu perusahaan, akan membuat semakin bertambah profitabilitas maka akan membuat nilai perusahaan menjadi semakin tinggi sehingga akan banyak investor percaya untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Berdasarkan teori keagenan, konflik juga dapat timbul antara pemegang saham dengan manajer dikarenakan ketidak simetrisan informasi yang didapatkan. Maka dapat diasumsikan jika profitabilitas dapat dijadikan acuan pertimbangan kepada investor bahwa suatu perusahaan memiliki kinerja yang baik dan akan menjadi nilai positif bagi perusahaan.

Profitabilitas sendiri adalah benteng perusahaan supaya mampu mendapatkan laba yang untuk dijadikan dasar dalam membagi keuntungan perusahaan. Efektifitas manajemen bisa dihitung dari hasil pengembalian penjualan dan investasi untuk mengukur rasio profitabilitas. Dalam menunjukkan profitabilitas tinggi menjadi keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Rasio profitabilitas ini juga akan menghitung kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih atas dasar bagian aktiva tertentu (Halim, 2004)

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (Oktaviarni, 2019) investor berminat untuk berinvestasi bisa dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Keadaan keuangan perusahaan yang baik

dan hasil praktik bisnis yang memiliki laba di masa depan juga dapat diungkapkan oleh struktur perusahaan. Bisnis ini memiliki komite yang kuat untuk meningkatkan operasi sehingga pasar harus mengenakan biaya lebih banyak untuk penjualan sekuritas karena mereka memahami bahwa melakukannya juga akan menghasilkan praktik bisnis yang menguntungkan juga dapat dicerminkan oleh ukuran perusahaan. Berdasarkan materi keagenan, konflik dapat muncul diantara pihak manajemen dan investor dikarenakan adanya hasil yang dilakukan oleh manajemen untuk kepentingan yang berbeda.

Penelitian ini membahas tentang hubungan ukuran perusahaan atas dasar nilai perusahaan telah dilakukan (Widati, 2023) ia menyatakan kalau ukuran perusahaan memiliki peran positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Nilai perusahaan sangat penting untuk ukuran perusahaan

Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Perusahaan

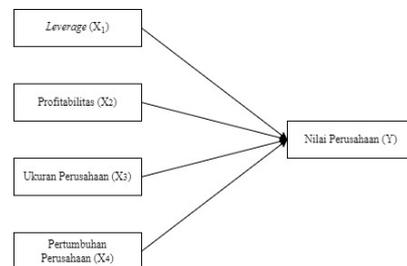
Memberikan respon positif kepada para investor dapat dilakuka oleh perusahaan dengan menyediakan informasi perihal pertumbuhan perusahaan (Pramudia, 2020). Berdasarkan pada teori keagenan pun hal ini memperlihatkan tingginya tingkat pertumbuhan pdari sudut pandang investor kalau hal tersebut memiliki aspek menguntungkan. Sehingga investor pun akan berminat untuk berinvestasi yang akan menaikkan nilai perusahaan serta biaya investasi juga turut bertambah. Manajemen selanjutnya akan lebih termotivasi besar dalam melakukan tindakan pemberian informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang baik.

Dalam hal ini makin bertambah operasional yang didapatkan diharapkan

aset perusahaan juga akan makin bertambah pula. Pihak dalam maupun eksternal sangat menginginkan pertumbuhan yang terjadi, karena akan mengindikasi positifnya perkembangan usaha yang mampu diharapkan dapat menarik minat para investor untuk membeli saham dan juga memberikan keuntungan (Dewi & Endiana, 2022). Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal suatu

H₄ : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh baik terhadap nilai perusahaan

Hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen dapat digambarkan oleh peneliti sebagai berikut :



Gambar 1. Model Empiris Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder dan sumber data yang digunakan merupakan data laporan keuangan perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2022. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2022 sebanyak 87 perusahaan, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan metode *Purposive Sampling*, dan sampel yang digunakan berjumlah 46 perusahaan, dengan kriteria pengambilan sampel yaitu perusahaan sektor properti dan real

estate yang mempublis laporan keuangan secara berturut-turut pada tahun 2016-2022. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis data kuantitatif yang menjelaskan variabel-variabel dengan metode statistik yang diolah dengan menggunakan Software seperti IBM SPSS dalam mengukur hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang diolah serta dianalisis dan dibuat dalam bentuk tabel yang kemudian diambil kesimpulannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	143	,04	,89	,3583	,21903
Leverage	143	,03	1,16	,4143	,23682
Profitabilitas	143	-,07	,12	,0223	,04318
SIZE	143	32,59	38,71	36,0496	1,33936
GROWTH	143	-,14	,35	,0522	,08440
Valid N (listwise)	143				

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Pada tabel 1 disajikan hasil analisis dengan menggunakan metode statistik deskriptif, hasil yang didapatkan dalam hasil sebagai berikut :

1. *Leverage* (DAR) dari hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari *Leverage* sebesar 0,03 terdapat pada perusahaan (ADCB) Adhi Commuter Property Tbk pada tahun 2020 dan nilai maksimum dari *Leverage* adalah 1,16 yaitu pada perusahaan (DMAS) Puradelta Lestari Tbk di tahun 2017. Jumlah rata-rata (*mean*) dari *Leverage* adalah 0,4143 sedangkan nilai standar deviasi memperoleh nilai sebesar 0,23682 lebih kecil daripada nilai rata-rata artinya penyebaran data *Leverage* merata dan tidak terdapat perbedaan yang tinggi antara data yang satu dengan data lain.
2. Profitabilitas (ROA) dari hasil analisis statistik deskriptif memperoleh nilai minimum dari profitabilitas sebesar -0,07 terdapat

pada perusahaan (DART) Duta Anggada Reality Tbk pada tahun 2022 dan nilai maksimum dari profitabilitas sebesar 0,12 terdapat pada perusahaan (DUTI) Duta Pertiwi Tbk di tahun 2017. Jumlah rata-rata dari profitabilitas adalah sebesar 0,0223 sedangkan nilai standar deviasi memperoleh nilai sebesar 0,04318 lebih besar daripada nilai rata-rata artinya penyebaran data profitabilitas tidak merata dan terdapat perbedaan yang tinggi antara data yang satu dengan data yang lain.

3. Hasil dari analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari ukuran perusahaan dengan jumlah 32,59 terdapat pada perusahaan (BAPA) Bekasi Asri Pemula Tbk pada tahun 2019 dan nilai maksimum dari ukuran perusahaan adalah sebesar 38,71 terdapat pada perusahaan . Nilai rata-rata (*mean*) dari ukuran perusahaan adalah sebesar 36,0496 sedangkan nilai standar deviasi mendapat nilai dengan nilai 1,33936 lebih besar dari nilai rata-rata yang berarti penyebaran data ukuran perusahaan tidak merata dan memiliki perbedaan yang tinggi.
4. Pertumbuhan perusahaan (GROWTH) dari total analisis statistik deskriptif menunjukkan nilai minimum dari pertumbuhan perusahaan sebesar -0,14 terdapat pada perusahaan (LPLI) Star Pacific Tbk tahun 2016 dan nilai maksimum dari pertumbuhan perusahaan adalah 0,35 yaitu pada perusahaan (MMLP) Mega Manunggal Property Tbk tahun 2017. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,522 sedangkan nilai standar deviasi memperoleh nilai sebesar 0,08440 lebih kecil dari nilai rata-rata yang artinya penyebaran data pertumbuhan perusahaan tidak merata dan terdapat perbedaan yang

tinggi antara data satu dengan yang lain.

5. Nilai perusahaan memiliki hasil perkiraan statistik deskriptif memperoleh nilai minimum dari nilai perusahaan sebesar 0,04 terdapat pada perusahaan (BAPA) Bekasi Asri Pemula TBK Tahun 2022, dan nilai maksimal dari nilai usaha itu memperoleh nilai sejumlah 0,89 terdapat pada perusahaan (BIKA) Binakarya Jaya Abadi Tbk pada tahun 2017. Nilai rata-rata (*mean*) dari nilai perusahaan sebesar 0,3583 sedangkan nilai standar deviasi memperoleh nilai sebesar 0,21903 lebih besar daripada nilai rata-rata artinya penyebaran dan nilai perusahaan merata dan terdapat perbedaan yang tinggi antara data yang satu dengan yang lain.

Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas Descriptive Statistic

	N Statistic	Mean Statistic	Skewness Statistic	Kurtosis		
				Std Error	Std Error	
Unstandardized Residual	143	,0000000	,356	,203	-.766	,403
Valid N (listwise)	143					

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan pengujian yang dilaksanakan dengan metode statistik Skewness dan Kurtosis diperoleh nilai $Z_{Skew} = 0,356/0,203 = 1,753$ dan nilai $Z_{Kurt} = -0,766/0,403 = -1,900$. Uji Normalitas nilai rasio statistik dengan standar error baik dari Skewness dan Kurtosis berada pada rentang antara +1.96 sampai -1.96. Hal ini menandakan bahwa data dari tiap variabel sudah berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Tabel 3. Uji Autokorelasi Menggunakan Durbin Watson Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	---------------------------	---------------

1	,338a	,114	,089	,20909168775 5047	,897
---	-------	------	------	----------------------	------

a. Predictors: (Constant), GROWTH, Leverage, SIZE, Profitabilitas
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui nilai *dw* adalah 0,897. Jumlah ini apabila disamakan dengan nilai pada tabel Durbin-Watson menggunakan tarif signifikan 5% jumlah sampel (*n*) 143, dan jumlah variabel independen 4 ($k=4$), maka diperoleh nilai $du = 1,7846$. Nilai *dw* 0,897 lebih kecil dari batas *du* yaitu 1,7846 dan lebih kecil dari $4-DU$ yaitu 2,2154 ($1,7846 > 0,897 < 2,2154$). Maka dapat disimpulkan bahwa model terdapat gejala autokorelasi.

Tabel 4. Uji Autokorelasi Menggunakan Runs Test Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,03265
Cases < Test Value	71
Cases ≥ Test Value	72
Total Cases	143
Number of Runs	43
Z	-4,951
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Median

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel di atas bisa diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,000 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala autokorelasi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas Coefficients

Model	Unstandardized B	Coefficient Std. Error	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-,040	,253		-,158	,875
Leverage	,034	,040	,072	,835	,405
Profitabilitas	,336	,226	,130	1,489	,139
SIZE	,005	,007	,066	,779	,437
GROWTH	-,133	,114	-,101	-1,171	,244

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan dari hasil heteroskedastisitas pada tabel 4.7 yang menggunakan uji Glejser. Pada variabel

Leverage (DAR) memperoleh jumlah yang tinggi sebesar 0,405 lebih tinggi dari 0,05. Hal ini menjadi variabel nilai perusahaan terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Variabel profitabilitas (ROA) memperoleh nilai sebanyak sebesar 0,139 lebih besar dari 0,05. Hal ini memperlihatkan variabel ukuran perusahaan terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Variabel ukuran perusahaan (SIZE) memperoleh nilai yang jelas sebesar 0,437 lebih besar dari 0,05. Hal ini memperlihatkan variabel ukuran perusahaan terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Variabel pertumbuhan perusahaan (GROWTH) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,244 lebih besar dari 0,05. Hal ini memperlihatkan variabel pertumbuhan perusahaan terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas Coefficients

Model		Collinearity Statistics	Collinearity Statistics
1	<i>Leverage</i>	,956	1,046
	Profitabilitas	,926	1,079
	as		
	SIZE	,984	1,017
	GROWTH	,953	1,049

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan jumlah pengujian multikolinearitas pada tabel 4.8 diperoleh nilai VIF dari variabel *Leverage* sebesar 1,046 kurang dari 10 dan total Tolerance sebesar 0,956 lebih kecil dari 0,10. Hal ini menunjukkan kalau variabel struktur modal tidak terjadi gejala multikolinearitas. Variabel profitabilitas memperoleh nilai VIF sebesar 1,097 kurang dari 10 dan nilai Tolerance sebesar 0,926 lebih kecil dari 0,10. Hal ini menjelaskan bahwa variabel profitabilitas tidak terjadi gejala multikolinearitas. Variabel SIZE memperoleh nilai VIF sebesar 1,017 kurang dari 10 dan nilai toleransi sebesar

0,953 lebih kecil dari 0,10. Hal ini menjelaskan bahwa variabel profitabilitas tidak terjadi gejala multikolinearitas. Variabel GROWTH memperoleh nilai VIF sebesar 1,049 kurang dari 10 dan nilai toleransi sebesar 0,953 lebih kecil dari 0,10. Hal ini menyatakan bahwa variabel kebijakan dividen tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Pengujian Model Determinasi

1. Uji F

Tabel 7. Uji F ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	,779	4	,195	4,454	,002 ^a
	Residual	6,033	138	,044		
	Total	6,812	142			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), GROWTH, Leverage, SIZE, Profitabilitas

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.9 memperoleh nilai signifikan F sebesar $0,002 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa variabel *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian model regresi dalam penelitian ini memenuhi goodness of fit dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,338 ^a	,114	,089	,209091687755047

a. Predictors: (Constant), GROWTH, Leverage, SIZE, Profitabilitas

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.9, nilai koefisien determinasi memiliki hasil nilai Adjusted R Square sebesar 0,089 yang berarti variabel *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 8,9% sedangkan sisanya 90,1% dijelaskan

oleh variabel lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Agresi Linier Berganda

Tabel 9. Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-.887	.474		-1.870	.064
Leverage	-.054	.076	-.059	-.717	.474
Profitabilitas	1.146	.422	.226	2.714	.008
SIZE	.034	.013	.210	2.598	.010
GROWTH	.092	.213	.035	.431	.667

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.11 didapat model persamaan sebagai berikut : $PBV = -0,887 - 0,054 DAR + 1,146ROA + 0,034SIZE + 0,092GROWTH$

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 10. Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-.887	.474		-1.870	.064
Leverage	-.054	.076	-.059	-.717	.474
Profitabilitas	1.146	.422	.226	2.714	.008
SIZE	.034	.013	.210	2.598	.010
GROWTH	.092	.213	.035	.431	.667

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji pada tabel 10 hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada DAR terhadap PBV adalah senilai $0,474 > 0,05$ dan jumlah koefisiennya negatif, sehingga H1 ditolak dan dapat dijelaskan *Leverage* tidak memiliki efek bagi nilai perusahaan.

2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 10 hasil uji dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada ROA terhadap PBV adalah sebesar $0,008 < 0,05$ dan nilai koefisiennya positif, sehingga H2

diterima dan dapat di defenisikan profitabilitas menjadi pengaruh positif pada nilai perusahaan.

3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 10 hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada SIZE terhadap PBV adalah sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai koefisiennya positif, sehingga H3 diterima dan dapat disimpulkan besar perusahaan berefek positif terhadap nilai perusahaan.

4. Pengujian Hipotesis Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 10 hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada GROWTH terhadap PBV adalah sebesar $0,667 > 0,05$ sehingga H4 ditolak dan dapat disimpulkan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan hutang yang besar pada perusahaan akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Sehingga investor melihat hutang yang tinggi maka investor akan berpikir dua kali untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Penggunaan hutang yang banyak juga menjadi efek yang berkurang untuk manfaat yang diterima pemakai hutang tersebut. Karena tidak sebanding dengan manfaat yang diterima dengan biaya yang dihasilkan sehingga proporsi hutang yang berada pada

tingkat rendah dapat meningkatkan nilai perusahaan dan sebaliknya peningkatan hutang dapat menurunkan nilai perusahaan. Investor mungkin juga tidak melihat besar kecilnya suatu leverage, karena mungkin investor lebih memfokuskan bagaimana perusahaan mengelola manajemen perusahaannya secara efektif dan efisien sehingga akan berdampak pada nilai perusahaan yang tinggi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian milik (Dewantari dkk., 2020), (Anni'Mah dkk., 2021), (Oktaviarni, 2019), dan (Rofila & Subardjo, 2018) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hipotesis hipotetis kedua dalam esai ini, dapat dikatakan bahwa variabel profitabilitas memiliki korelasi negatif dengan nilai perusahaan. Ini berarti bahwa jika profitabilitas bisnis meningkat, nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini disebabkan oleh bisnis yang dapat mempertahankan stabilitas dan laba yang terus meningkat, yang akan menyebabkan kenaikan harga saham di mana keuntungan bisnis juga akan meningkat. Profitabilitas adalah indikator penting dalam bisnis mana pun di mana margin keuntungan yang lebih besar menunjukkan jumlah uang tunai yang lebih banyak tersedia untuk didistribusikan kepada investor pasar saham sebagai dividen. Investor menempatkan nilai tinggi pada profitabilitas karena peningkatan rasio profitabilitas dapat menyebabkan penurunan tajam dalam pengembalian investasi. Ketika seorang investor atau investor potensial melakukan investasi yang lebih besar di perusahaan, itu akan mempengaruhi harga sahamnya, yang akan naik sesuai dengan laba perusahaan yang diharapkan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian milik (Anni'Mah dkk., 2021), (Dewantari dkk., 2020), (Oktaviarni, 2019), dan (Rofila & Subardjo, 2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut hipotesis keempat dalam penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa ukuran organisasi terkait dengan harganya. Ini berarti bahwa ukuran perusahaan, khususnya ukuran kecilnya, mempengaruhi pendapatan. Hasil keuangan perusahaan yang dihitung menggunakan aset total menunjukkan kondisi finansialnya. Aset total perusahaan besar dapat menciptakan ruang untuk aset untuk digunakan secara efisien dan efektif untuk menghasilkan laba bersih untuk perusahaan. Aset-aset yang ada akan selalu menyakiti bisnis jika dapat diselesaikan dengan sukses. Investor juga dapat menentukan nilai perusahaan dengan melihat jumlah aset yang terkait dengan perusahaan tersebut untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sebelum memutuskan untuk mentransfer dana ke perusahaan tertentu, investor secara hati-hati memeriksa kondisi kerja staf keuangan dalam laporan keuangan yang sudah diungkapkan oleh perusahaan. Selain itu, investor juga melihat informasi berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian milik (Dewantari dkk., 2020), dan (Suryana & Rahayu, 2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian keempat dalam penelitian ini menyatakan kalau variabel pertumbuhan perusahaan tidak

berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang tinggi dapat menyebabkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut menjadi tinggi guna menambah aset perusahaan. Selain itu investor juga tidak mempertimbangkan tingkat pertumbuhan aset ketika berinvestasi, hal ini disebabkan karena tinggi rendahnya aset Perusahaan tidak memenuhi ambang harapan investor untuk pengembalian investasi. Pertumbuhan perusahaan yang bergerak cepat akan menghambat kebutuhan yang semakin meningkat untuk pembiayaan untuk ekspansi. Karena kebutuhan mendatang pembiayaan tumbuh, demikian pula motivasi bisnis untuk memperbaiki laboratorium. Perusahaan yang masih tumbuh telah memutuskan bahwa lebih baik menggunakan laba untuk ekspansi daripada menggunakannya sebagai dividen. Kesejahteraan pemegang saham yang tidak sepenuhnya dipahami oleh bisnis dapat menyebabkan investor kurang berkomitmen kepada mereka, yang dapat menyebabkan bisnis menderita kekalahan keuangan.

Hal ini sejalan sedengan penelitian milik (Rofila & Subardjo, 2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2022. Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka

dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Leverage* yang diukur dengan DAR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Profitabilitas yang diukur dengan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Ukuran perusahaan yang diukur dengan SIZE berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4. Pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan GROWTH tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian, penulis memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan-keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapatnya gejala autokorelasi karena periode penelitian yang relatif pendek; oleh karenanya perlu diperpanjang periode pengamatan, misalnya antara 5 - 10 tahun.
2. Pada pengujian koefisien determinasi yang menunjukkan nilai Adjusted R sebesar 0,089 yang berarti variabel *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 8,9% sedangkan sisanya 90,1% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini.
3. Objek dalam penelitian ini hanya berfokus pada perusahaan sektor aneka properti dan real estate yang mana hanya satu sektor dari banyak sektor lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pengukuran selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini misalnya dengan menambah variabel struktur modal, likuiditas, struktur kepemilikan, kinerja keuangan dan lain sebagainya.
 - b. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan objek penelitian yang lain agar dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan selain perusahaan sektor properti dan real estate.
 - c. Penelitian selanjutnya harap menambah periode tahun agar tidak terjadi gejala autokorelasi.
2. Bagi perusahaan
Bagi perusahaan manufaktur khususnya sektor properti dan real estate agar dapat mempertimbangkan beberapa variabel-variabel seperti *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Karena nilai perusahaan dapat menjadi tolak ukur investor dalam melakukan investasi pada perusahaan. Maka hasil penelitian ini semoga dapat membantu manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih baik untuk meningkatkan nilai perusahaan.
3. Bagi investor
Bagi pihak investor, nilai perusahaan menggambarkan tentang kinerja perusahaan, hendaknya jika akan melakukan investasi dapat mempertimbangkan *Leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan. Hal ini perlu dipertimbangkan agar pihak investor dalam melakukan investasi

dapat menerima pengembalian (return) yang diharapkan

DAFTAR PUSTAKA

- Anggawinata, J., Chanaka, R., Suwarmansyah, S., Kwanty, K., & Teng, S. H. (2022). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Konsumsi yang Terdaftar di BEI. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 446-458.
- Anni'Mah, H. F., Sumiati, A., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Indeks IDX SMC Composite 2019. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(2), 260–279.
- Akerlof, G.A., 1970. The market for 'Lemons': Quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84: 488-500.
- Dessriadi, G. A., Harsuti, H., Muntahanah, S., & Murdijaningsih, T. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 195.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.506>
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 74.
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>

- Diah Ayu Shinta Dewi, I Dewa Made Endiana, I. G. A. A. P. (2022). Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Jurnal Kharisma*, 4(2), 81–91.
- Faizra, Y. L. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 22(2), 176–188.
<https://doi.org/10.30596/11507>
- Fitri Prasetyorini, B. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 183–196.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete SPSS 25.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. (2009). *Basic Econometrics* Mc Graw-Hill International Edition.
- Gumanti, T. A. (2009). Teori sinyal dalam manajemen keuangan. *Manajemen Usahawan Indonesia*, 38(6), 4-13.
- Industri Kontan, Sektor Properti Diperkirakan Tumbuh Tahun 2023, Pengembang Mulai Rilis Produk-produk*. February 13, 2023,
<https://industri.kontan.co.id/news/sektor-properti-diperkirakan-tumbuh-tahun-2023-pengembang-mulai-rilis-produk-produk>
- Irsad, M., & Sudarsi, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Deviden, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *Proceeding SENDIU*, 2000, 978–979.
- Jensen, M., & Meckling, W. (2012). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *The Economic Nature of the Firm: A Reader, Third Edition*, 283–303.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511817410.023>
- Lisa, E. (2018). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Volume X No. 1 / Februari / 2018*. X(1), 21–39.
- Mufidah, N., & Utiyati, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(2), 1–17.
- Nabila Barnades, A., & Suprihhadi, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei Periode (2014-2018). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–20.
- Nasir, M., Arifai, M., & Chairina, T. (2022). Hubungan Kausalitas Leverage, Return On Equity, Earning Per Share, Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate and Building Construction yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 39–50.
<https://doi.org/10.31294/moneter.v9i1.11081>
- Natalie, V., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas (ROA), Likuiditas (AKO), Ukuran

- Perusahaan (SIZE), dan Leverage (LTDER) terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(4), 4175–4186.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1057>
- Nuswandari, C., Sunarto, S., & Jannah, A. (2019). *Corporate Social Responsibility Moderated the Effect of Liquidity and Profitability on the Firm Value*. 86(Icobame 2018), 87–90.
- O. Fakhrana, Yetty, M., & S. Bambang. (2018). (Studi Empiris Perusahaan Sektor Real Estate, Properti, dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 16(1), 83–97.
- Oktaviarni, F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1–16.
<https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.1.1-16>
- Pramudia, N. S. (2020). *Siti Rokhmi Fuadati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Prawira, I. Y., AR, M. D., & Endang NP, M. G. W. (2014). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(1), 1–7.
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Rofila, A., & Subardjo, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(7), 1–20.
- Samosir, R. C., Herlina Novita, Rutmia, Kristina Sarumaha, & Eliza Saragih. (2022). Pengaruh Harga Saham, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2020. *Akurasi: Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 77–86.
<https://doi.org/10.29303/akurasi.v5i1.150>
- Sari, P. I. P., & Abundanti, N. (2014). Leverage terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3(5), 1427–1441.
- Setiyowati, R., & Tjahjono, R. S. (2022). *LIKUIDITAS, LEVERAGE, DAN PERTUMBUHAN ENTITAS TERHADAP NILAI*. 2(4), 503–514.
- Sinaga, A. N., Perdy, P., & Purba, A. T. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(1), 400–408.
- Sunarto. (2019). *DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang*. September, 134–138.
- Sunarto, Budi & Prasetyo, A. (2009).

- Effect of leverage, size, and company growth on profitability. *Management Review*, 6, 86–103. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe5/article/view/2072>
- Sunarto. (2009). *TEORI KEAGENAN DAN MANAJEMEN LABA Oleh: Sunarto Fakultas Ekonomi Unisbank Semarang*. 1(1), 13–28.
- Suryana, F. N., & Rahayu, S. (2018). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *e-Proceeding of Management*, 5(2), 2262–2269.
- Suryandani, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate Di Bei. *BMAJ: Business Management Analysis Journal*, 1(1), 49–59. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v1i1.2682>
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Hartono dkk 2016. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Widati, L. W. (2023). *Pengaruh leverage , profitabilitas , pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur industri barang konsumsi*. 7(1), 171–184. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>
- Zuhroh, I. (2019). The Effects of Liquidity, Firm Size, and Profitability on the Firm Value with Mediating Leverage. *KnE Social Sciences*, 3(13), 203. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4206>