

## PENGARUH *GROWTH SALES*, UKURAN PERUSAHAAN, KEBIJAKAN HUTANG, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PROPERTI & REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2022

Dina Putri Dewita<sup>1</sup>, Ahmad Kudhori<sup>2</sup>, Dewi Kirowati<sup>3</sup>

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Madiun, Jawa Timur<sup>1,2,3</sup>

Email Koresponden : dinaputridewita04@gmail.com

### ARTICLE INFO

#### Article History

Submission : 01 - 08 - 2024

Review : 08 - 08 - 2024

Revised : 10 - 08 - 2024

Accepted : 10 - 08 - 2024

Publish : 11 - 08 - 2024

#### Keywords :

*growth sales*,  
ukuran perusahaan,  
kebijakan hutang,  
likuiditas,  
nilai perusahaan

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of sales growth, company size, debt policy, and liquidity on firm value. The population used is all property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2022 totaling 84 companies. The number of samples used was 15 companies using purposive sampling method. The research data uses secondary data with documentation data collection techniques. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis, multiple linear regression analysis, classical assumption test, coefficient of determination (R<sup>2</sup>) test, and t test. The software tool used in this research is SPSS version 22. The results of this study indicate that sales growth has no effect on firm value, while company size has a significant positive effect, debt policy has a significant negative effect, and liquidity has a significant negative effect on firm value. With this research, the author suggests that property & real estate companies improve their management performance so that the company's value increases and can attract investors to invest. The author also suggests that future researchers add new variables that can affect firm value and increase the year or period used for research so that the data obtained is more complete.*

#### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *growth sales*, ukuran perusahaan, kebijakan hutang, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022 sebanyak 84 perusahaan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 15 perusahaan dengan metode *purposive sampling*. Data penelitian menggunakan data sekunder dengan teknik pengumpulan data dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), dan uji t. Alat bantu software yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *growth sales* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan, kebijakan hutang berpengaruh negatif signifikan, dan likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya penelitian ini penulis menyarankan kepada perusahaan properti & real estate untuk memperbaiki kinerja manajemennya agar nilai perusahaan semakin meningkat dan dapat menarik daya minat investor untuk berinvestasi. Penulis juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah variabel baru yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan menambah tahun atau periode yang digunakan untuk penelitian agar data yang diperoleh semakin lengkap.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Lingkungan bisnis yang dinamis, penentuan nilai sebuah perusahaan menjadi fokus utama bagi para pemangku kepentingan seperti investor, analis keuangan, dan manajemen perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari kesehatan finansial dan performa operasional yang akan mempengaruhi daya tarik investasi serta keberlanjutan sebuah bisnis. Perusahaan yang sudah *go public* akan terus berupaya meningkatkan nilai perusahaan dengan tujuan untuk menarik perhatian para investor agar dapat mencerminkan prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaan di masa yang akan datang. Bagi seorang investor, nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting karena merupakan indikator yang melihat bagaimana pasar menilai suatu perusahaan secara menyeluruh. Nilai perusahaan selalu berkaitan dengan harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk memaksimalkan nilai saham yang dimiliki. Meningkatnya nilai pemegang saham terjadi apabila nilai suatu perusahaan juga meningkat. Hal tersebut dapat ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Wijaya dan Panji (2015) mengartikan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang tinggi dimata investor.

Pada perusahaan sektor properti dan real estate di Indonesia terus mengalami perkembangan karena harga properti yang semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini akan meningkatkan peluang keuntungan bagi para investor yang berinvestasi dalam bisnis properti. Sektor properti dan real estate merupakan salah satu perusahaan yang mengalami pertumbuhan, kebutuhan akan hunian dan perumahan yang meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia. Berkembangnya minat masyarakat untuk berinvestasi saat ini adalah dalam bentuk tanah atau properti. Pemicu terjadinya persaingan yang ketat antar perusahaan properti dan real estate karena masing-masing perusahaan ingin mewujudkan tujuan jangka panjang perusahaan. Novari dan Lestari (2016) menyimpulkan, “tujuan jangka panjang dari perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham”. Terdapat beberapa faktor untuk memaksimalkan nilai perusahaan diantaranya pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, kebijakan hutang, dan likuiditas.

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu dan akan digunakan untuk memprediksi pencapaian di masa depan. Perusahaan yang mampu meningkatkan penjualannya dari periode ke periode menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar yang merupakan harapan dari setiap pemilik perusahaan. Pertumbuhan penjualan adalah indikator penting dari penerimaan pasar atas produk atau jasa suatu perusahaan, di mana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan

untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan (Meidiyustiani, 2016). Ukuran perusahaan juga turut memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan dianggap semakin mudah untuk mendapatkan sumber pendanaan bagi kegiatan operasional perusahaan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan dihitung menggunakan total aset perusahaan, karena lebih stabil dan mencerminkan ukuran perusahaan.

Selain pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan, kebijakan hutang dan likuiditas juga mempengaruhi nilai perusahaan. Pada prinsipnya setiap perusahaan memerlukan dana dan tambahan dana yang bersumber dari intern ataupun ekstern, salah satunya adalah hutang. Hutang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, di mana hutang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor (Munawir, 2004). Jika dilihat dari fenomena dan permasalahan yang terjadi pada perusahaan properti dan real estate terkait dengan nilai perusahaan, dapat diketahui bahwa perusahaan ini memiliki skala produksi yang cukup besar dalam mengembangkan suatu produk dan pangsa pasar sehingga memerlukan dana yang relatif besar. Kebijakan hutang harus dikelola sebaik mungkin karena penggunaan hutang yang tinggi akan dapat menurunkan besaran laba yang akan dibagikan kepada para investor di mana sebagian laba yang didapat akan dipergunakan untuk melunasi hutang perusahaan (Martikarini, 2013). Tujuan penggunaan utang dalam bentuk investasi yaitu untuk mendanai aset perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan. Likuiditas merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang sudah jatuh tempo. Tingkat likuiditas pada suatu perusahaan dapat diukur menggunakan *current ratio*, di mana semakin likuid sebuah perusahaan maka nilai *current ratio* akan semakin tinggi. Manajemen likuiditas harus mampu memberikan kontribusi untuk realisasi penciptaan nilai perusahaan (Michalski, 2010). Perusahaan dengan likuiditas yang baik akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modal pada perusahaan, sehingga dapat berpengaruh pada nilai perusahaan.

## **Landasan Teori**

### **Teori Sinyal (*Signaling Theory*)**

Teori sinyal (*Signaling Theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Ross (1977) yang mengemukakan bahwa isyarat atau sinyal memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Sinyal ini merupakan informasi yang berisi apa saja yang dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik, biasanya sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan yang lain.

Menurut Brigham dan Houston (2014) mengartikan bahwa teori sinyal merupakan suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk masa yang akan datang. Sinyal positif akan timbul ketika perusahaan memiliki kinerja manajemen yang baik. Jika perusahaan memiliki kinerja manajemen yang baik, maka laporan keuangan suatu perusahaan dapat tersusun dengan tepat. Hal tersebut merupakan salah satu usaha yang dapat dilakukan perusahaan agar dapat menarik minat investor dan menanamkan modalnya.

### **Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori keagenan mulai berkembang dari adanya penelitian oleh Jensen dan Meckling (1976) yang mengacu pada pemenuhan tujuan utama dari manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham (principal). Memaksimalkan kekayaan principal akan diserahkan kepada pihak-pihak profesional untuk mengelola perusahaan. Pihak profesional tersebut adalah seorang manajer, yang mana dalam teori keagenan disebut sebagai agent. Dalam mengelola perusahaan akan terdapat hubungan keagenan, di mana suatu hubungan antara principal dengan agen dalam suatu kontrak tertentu. Pemilik akan lebih tertarik untuk memaksimalkan kompensasinya. Indahningrum dan Handayani (2009) menyimpulkan, “kontrak yang dibuat antara pemilik dengan manajer diharapkan dapat meminimumkan konflik antar kedua kepentingan tersebut”. Kondisi seperti ini akan menimbulkan kecenderungan manajer untuk bertindak mementingkan kepentingan sendiri dan tidak berdasarkan maksimalisasi kemakmuran principal lagi.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan selama bertahun-tahun, mulai dari proses berdirinya perusahaan hingga statusnya di masa sekarang, sebagai ungkapan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Menurut Fakhruddin dan Hadianto (1999) dalam Dwi (2015) mengartikan bahwa nilai perusahaan adalah suatu pandangan dari seorang investor terhadap perusahaan, dan selalu berkaitan dengan harga saham. Harga saham maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat dilihat sebagai sesuatu yang sangat penting, karena apabila perusahaan memiliki nilai perusahaan yang tinggi, maka kesejahteraan para investor atau pemegang saham akan mengikuti. Nilai perusahaan akan menunjukkan berbagai nilai aset yang dimiliki perusahaan, termasuk surat-surat berharga yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan metode PBV (*Price Book Value*) untuk mengetahui seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

### **Pertumbuhan Penjualan**

Penjualan merupakan kegiatan utama dalam bisnis yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Penjualan mempunyai implikasi strategis bagi

perusahaan. Penjualan harus didorong oleh aset perusahaan, dan seiring dengan peningkatan penjualan maka aset juga harus meningkat (Weston dan Brigham, 1991). Dengan berjalannya kegiatan operasional perusahaan dari tahun ke tahun pasti akan mengalami perubahan total penjualan. Hal itulah yang dinamakan pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan merupakan suatu pengukuran kinerja perusahaan yang mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu yang akan dijadikan prediksi pertumbuhan di masa depan. Tingkat pertumbuhan penjualan didefinisikan selisih antara jumlah penjualan tahun sekarang dan tahun lalu dibandingkan dengan penjualan tahun lalu (Harahap, 2008). Pertumbuhan penjualan dapat membuktikan kemampuan perusahaan untuk tetap bertahan dalam kondisi persaingan. Meningkatnya pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan meningkatnya suatu biaya akan berakibat pada kenaikan laba perusahaan.

### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan pengklasifikasian besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan total aset, total penjualan, dan nilai saham (Novari dan Lestari, 2016). Total aset perusahaan yang tersedia untuk kegiatan operasional perusahaan dapat digunakan untuk melihat ukuran perusahaan. Ketika perusahaan memiliki total aset dengan nilai yang besar, maka pihak manajer dapat menggunakan aset tersebut secara leluasa. Kebebasan yang dimiliki pihak manajer sesuai dengan kekhawatiran pemilik terhadap asetnya. Dengan memiliki aset dalam jumlah yang besar akan menurunkan nilai perusahaan ketika dievaluasi dari sisi pemilik perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat dijadikan sebagai acuan bagi investor sebelum melakukan penanaman modal pada suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan logaritma natural ( $\ln$ ) dari total aset.

### **Kebijakan Hutang**

Hutang merupakan kewajiban yang dimiliki perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, baik dalam bentuk uang, barang, maupun jasa. Hutang dapat digunakan oleh perusahaan untuk membiayai berbagai kegiatan operasional, seperti pembelian barang dan jasa, ekspansi usaha, atau untuk memenuhi kebutuhan likuiditas. Hutang memiliki pengaruh sensitif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi rasio hutang maka semakin tinggi harga saham perusahaan. Rahmawati (2012) mengartikan bahwa kebijakan hutang merupakan keputusan penting dalam suatu perusahaan dalam rangka mendapatkan sumber pendanaan perusahaan yang akan digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Kebijakan hutang dapat digunakan untuk mewujudkan nilai perusahaan sesuai yang diinginkan, namun harus dilihat juga dari sisi ukuran perusahaan tersebut. Artinya, perusahaan yang memiliki skala besar akan relatif lebih mudah memiliki akses ke pasar modal. Kemudahan ini menunjukkan bahwa relatif mudah bagi perusahaan besar untuk memperoleh pembiayaan dari hutang melalui pasar modal.

## Likuiditas

Rasio likuiditas akan menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang harus segera dipenuhi pada saat ditagih atau saat jatuh tempo. Ketika perusahaan timbul tagihan hutang maka perusahaan akan mampu memenuhi hutang tersebut. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, maka perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang likuid begitupun sebaliknya. Semakin tinggi likuiditas perusahaan akan menarik minat para investor dalam meningkatkan kepercayaannya untuk berinvestasi pada perusahaan yang bersangkutan. Kasmir (2016) mengartikan bahwa *current ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang jangka pendek yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. *Current ratio* yang rendah memperlihatkan risiko likuiditas yang tinggi, dan *current ratio* yang tinggi menunjukkan kelebihan aset lancar yang akan berdampak negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat *current ratio* yang tinggi akan membuktikan perusahaan mampu membayar kewajiban jangka pendeknya (Munawir, 2007:156).

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh *Growth Sales* terhadap Nilai Perusahaan

*Growth sales* merupakan rasio yang memberikan pandangan atas kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan ekonomi dan sektor usahanya (Kasmir, 2010). Persepsi para investor menunjukkan bahwa pertumbuhan suatu perusahaan yang baik yaitu salah satu tanda bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang menguntungkan. Harapan yang diinginkan seorang investor perusahaan dapat tumbuh dan berkembang di masa mendatang, sehingga perusahaan mampu memberikan keuntungan bagi investor. Besar kecilnya laba yang diterima oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Keterkaitan teori keagenan dengan pertumbuhan penjualan adalah ketika perusahaan memiliki penjualan yang relatif stabil, maka perusahaan tersebut akan memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Laba yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut mampu meningkatkan kekayaan yang dimiliki dan dapat mensejahterakan pemegang saham. Pertumbuhan penjualan juga berkaitan dengan teori sinyal, adanya pertumbuhan penjualan akan memberikan sinyal kepada keberhasilan investasi pada periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai perkiraan pertumbuhan penjualan di masa depan. Asumsi ini diperkuat oleh penelitian Fajriah dkk (2022) yang memberikan hasil bahwa pertumbuhan penjualan (*growth sales*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kartino dan Welas (2020) pertumbuhan

penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Growth Sales berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Hery (2017) mengartikan bahwa ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dibuktikan dengan total aset atau total penjualan bersih. Total aset merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan. Karena biasanya perusahaan memiliki total aset dalam jumlah besar, maka besaran aset perlu diminimalkan menggunakan logaritma natural (Ln). Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar pula nilai perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar cenderung lebih menarik minat para investor, karena sudah dipastikan bahwa perusahaan yang memiliki modal besar, kemungkinan besar keuntungan yang dihasilkan akan lebih tinggi. Asumsi ini diperkuat oleh penelitian Elisa dan Amanah (2021) memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Rosalia, Utami, dan Pratiwi (2022) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

### **Pengaruh Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan**

Penggunaan hutang pada tingkat tertentu akan meningkatkan nilai perusahaan, karena apabila hutang digunakan sebagai modal oleh perusahaan, kemungkinan perusahaan dapat berkembang lebih baik dengan harapan laba perusahaan meningkat. Meningkatnya laba perusahaan akan mengakibatkan naiknya permintaan saham, sehingga nilai perusahaan akan turut meningkat. Penggunaan hutang diharapkan oleh para pemegang saham agar bisa mewujudkan keinginan para manajer untuk meningkatkan nilai perusahaan dan dapat menikmati pembagian saham bagi para pemegang saham (Hardiningsih & Oktaviani, 2012). Sesuai dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa untuk mengurangi biaya keagenan salah satu caranya adalah dengan melakukan hutang. Semakin tinggi proporsi hutang maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Asumsi ini diperkuat oleh penelitian Dewi dan Suryono (2019) memberikan hasil bahwa kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Hertina, Hidayat, dan Mustika (2019) menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: Kebijakan Hutang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

## Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Rasio likuiditas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan melunasi kewajibannya atau utang yang segera jatuh tempo saat ditagih secara keseluruhan. *Current ratio* atau rasio lancar merupakan salah satu rasio likuiditas yang dapat juga dikatakan sebagai bentuk untuk tolok ukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan (Kasmir, 2014). Nilai perusahaan dapat meningkat jika memiliki *current ratio* yang tinggi. Namun pengukuran rasio yang tinggi belum tentu bisa dijadikan tolok ukur untuk melihat kondisi perusahaan yang baik. Hal ini bisa saja terjadi karena penggunaan kas yang kurang maksimal. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan akan memberikan sinyal ketika perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang likuid atau perusahaan yang mampu membayar kewajiban jangka pendeknya ketika jatuh tempo. Hal ini dapat dijadikan sebagai sinyal positif bagi perusahaan untuk menarik minat investor agar menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan Putri dan Utiyati (2020) memberikan hasil bahwa *current ratio* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. selain itu dalam penelitian Hasania, Murni, dan Mandagie (2016) juga membuktikan bahwa *current ratio* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. sedangkan dalam penelitian Salainti dan Sugiono (2019) menunjukkan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>4</sub>: Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* (penelitian eksplanatori). Metode dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, yang mana penelitian ini menekankan data numerical (angka) yang diolah dengan metoda statistika. Selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan data panel. Menurut Basuki dan Prawoto (2017:275) menyebutkan bahwa data panel merupakan gabungan dari antara data runtut waktu (*time series*) dengan data silang (*cross section*). Pemilihan data panel dalam penelitian ini dikarenakan peneliti menggunakan rentang waktu lima tahun sebagai data *time series*, sedangkan data *cross section* peneliti menggunakan 15 perusahaan properti dan real estate yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi yang digunakan adalah perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022 yaitu sebanyak 84 perusahaan. Sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 15 perusahaan dipilih secara *purposive sampling*, dimana sampel yang dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut periode tahun 2018-2022; (2) Perusahaan yang tidak mengalami suspensi dari Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022; (3) Perusahaan yang memperoleh laba secara berturut-turut selama periode 2018-2022.

**Tabel 1 Daftar Sampel Penelitian**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	BCIP	Bumi Citra Permai Tbk
2	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk
3	CTRA	Ciputra Development Tbk
4	DMAS	Puradelta Lestari Tbk
5	DUTI	Duta Pertiwi Tbk
6	GPRA	Perdana Gapuraprima Tbk
7	JRPT	Jaya Real Property Tbk
8	KIJA	Kawasan Industri Jababeka Tbk
9	MKPI	Metropolitan Kentjana Tbk
10	MTLA	Metropolitan Land Tbk
11	PPRO	PP Properti Tbk
12	PWON	Pakuwon Jati Tbk
13	RDTX	Roda Vivatex Tbk
14	SMDM	Suryamas Dutamakmur Tbk
15	SMRA	Summarecon Agung Tbk

Sumber: BEI, 2023

**Tabel 2 Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Indikator Pengukuran	Skala
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$	Rasio
<i>Growth Sales</i>	$GS = \frac{\text{Penjualan tahun } t - \text{Penjualan tahun } t - 1}{\text{Penjualan tahun } t - 1}$	Rasio
Ukuran perusahaan	Ukuran Perusahaan = Ln(Total Aset)	Rasio
Kebijakan Hutang	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
Likuiditas	$Current Ratio = \frac{\text{Total Aset Lancar}}{\text{Total Utang Lancar}}$	Rasio

Sumber: Data Sekunder, 2023

### Teknik Analisis Data

#### Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2017: 19) menjelaskan bahwa statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencangan distribusi). Analisis deskriptif statistik dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel tersebut.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan untuk penelitian mempunyai distribusi yang normal atau tidak (Ghozali, 2011). Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini dengan metode Kolmogorof Smirnov. Kriteria pengujian yang digunakan adalah nilai p-value. Apabila nilai p-value > 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal, dan jika nilai p-value < 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Uji Glejser, dilihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan (>0,05).

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas jika nilai tolerance > 0,01 atau sama dengan nilai VIF < 10.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji suatu model regresi linear untuk melihat keberadaan korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 (Ghozali, 2018:111). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Pada penelitian ini uji autokorelasi dilakukan dengan alat uji *durbin-watson* yang dapat menentukan ada masalah autokorelasi atau tidak, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$ , artinya terjadi autokorelasi.
- 2)  $DU < DW < 4-DU$ , artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 3)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kesimpulan

## Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh dari variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua (Suryahadi dan Purwanto, 2004; 508). Adapun persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
a	= Konstanta
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub>	= Koefisien Regresi
X <sub>1</sub>	= <i>Growth Sales</i>
X <sub>2</sub>	= Ukuran Perusahaan
X <sub>3</sub>	= Kebijakan Hutang
X <sub>4</sub>	= Likuiditas
e	= <i>Error</i>

## Uji Hipotesis

### Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2005). Dalam pengolahan data menggunakan program komputer SPSS 22, pengaruh secara individual ditunjukkan dari nilai signifikan uji t. Jika nilai signifikan uji t < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.

### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Nilai R<sup>2</sup> mempunyai interval antara 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin besar R<sup>2</sup> (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sulaiman, 2004). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Data

#### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), maksimum, minimum, sum, range, standar deviasi, skewness (kemencengan distribusi) dan kurtosis. Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3 Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Growth Sales	75	-,584	1,558	,04563	,314185
Ukuran Perusahaan	75	27,468	31,805	29,845	1,151414
Kebijakan Hutang	75	,043	3,788	,77941	,780029
Likuiditas	75	,936	12,769	2,879	1,833708
Nilai Perusahaan	75	,014	4,481	,95793	,888159

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2024

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bahwa data yang digunakan dapat terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4 Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,000000
	Std. Deviation	,33011482
Most Extreme Differences	Absolute	,100
	Positive	,100
	Negative	-,057
Test Statistic		,100
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062 <sup>c</sup>

Berdasarkan uji normalitas pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,062. Dapat disimpulkan bahwa data dapat terdistribusi secara normal karena nilai signifikansi dari variabel dependen dan variabel independen lebih dari 0,05.

#### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Keterangan
LN_Growth Sales	,927	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
LN_Ukuran Perusahaan	,635	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
SQRT_Kebijakan Hutang	,058	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
LN_Likuiditas	,107	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2024

Uji heteroskedastisitas menggunakan *uji glejser*, hasil uji di atas dapat disimpulkan bahwa ke empat variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 6 Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
LN_GROWTH SALES	,968	1,033
LN_UKURAN PERUSAHAAN	,868	1,151
SQRT_KEBIJAKAN HUTANG	,791	1,264
LN_LIKUIDITAS	,896	1,116

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2024

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel di atas menunjukkan variabel *growth sales* (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,968 dan nilai VIF sebesar 1,033. Variabel ukuran perusahaan (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0,868 dan nilai VIF sebesar 1,151. Variabel kebijakan hutang (X3) memiliki nilai tolerance sebesar 0,791 dan nilai VIF sebesar 1,264. Variabel likuiditas (X4) memiliki nilai tolerance sebesar 0,896 dan nilai VIF sebesar 1,116. Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa ke empat variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel dalam model regresi pada penelitian ini.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 7 Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,608 <sup>a</sup>	,370	,334	,339416	1,914

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2024

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel di atas, diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,914 dan nilai ini akan dibandingkan dengan tabel DW. Dilihat dari tabel DW dengan jumlah sampel 75 dan terdapat 4 variabel independen, maka diperoleh nilai DU sebesar 1,7390. Nilai *Durbin-Watson* pada penelitian ini berada di antara batas DU = 1,7390 dan 4-DU = 2,261 atau bisa dituliskan  $1,7390 < 1,914 < 2,261$  ( $DU < DW < 4-DU$ ), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi pada penelitian ini.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari *growth sales* (X1), ukuran perusahaan (X2), kebijakan hutang (X3),

dan likuiditas (X4) terhadap nilai perusahaan (Y). Hasil dari uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 8 Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-11,745	3,665		-3,204	,002
LN_GS	,043	,139	,030	,308	,759
LN_UP	3,934	1,088	,368	3,614	,001
SQRT_KH	-,462	,120	-,411	-3,854	,000
LN_LK	-,391	,076	-,513	-5,117	,000

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2024

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier pada tabel di atas, maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$PBV = -11,745 + 0,043GS + 3,934UP - 0,462KH - 0,391LK + e$$

Hasil dari model regresi di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta diperoleh sebesar -11,745, artinya apabila variabel independen bernilai 0 maka besarnya nilai perusahaan yang dihitung menggunakan metode PBV (*price book value*) adalah sebesar -11,745.
2. Nilai koefisien variabel *Growth Sales* (X1) bernilai positif sebesar 0,043. Artinya, jika variabel *growth sales* (X1) mengalami kenaikan 1% maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,043 dengan asumsi variabel independen yang lain dalam keadaan konstan atau stabil.
3. Nilai koefisien variabel Ukuran Perusahaan (X2) bernilai positif sebesar 3,934. Artinya, jika variabel ukuran perusahaan (X2) mengalami kenaikan 1% maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 3,934 dengan asumsi variabel independen yang lain dalam keadaan konstan atau stabil.
4. Nilai koefisien variabel Kebijakan Hutang (X3) bernilai negatif sebesar -0,462. Artinya, jika variabel kebijakan hutang (X3) mengalami kenaikan 1% maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -0,462 dengan asumsi variabel independen yang lain dalam keadaan konstan atau stabil.
5. Nilai koefisien variabel Likuiditas (X4) bernilai negatif sebesar -0,391. Artinya, jika variabel likuiditas (X4) mengalami kenaikan 1% maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -0,391 dengan asumsi variabel independen yang lain dalam keadaan konstan atau stabil.

## Uji Hipotesis

### Uji t

**Tabel 9 Uji Hipotesis (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-11,745	3,665		-3,204	,002
LN_GS	,043	,139	,030	,308	,759
LN_UP	3,934	1,088	,368	3,614	,001
SQRT_KH	-,462	,120	-,411	-3,854	,000
LN_LK	-,391	,076	-,513	-5,117	,000

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2024

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t atau parsial pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *growth sales* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan variabel *growth sales* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,759 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *growth sales* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama tidak diterima.
2. Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua diterima.
3. Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kebijakan hutang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga diterima.
4. Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel likuiditas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan variabel likuiditas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keempat diterima.

### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Tabel 10 Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,608 <sup>a</sup>	,370	,334	,339416

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel di atas menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 0,334, artinya bahwa besaran koefisien determinasi sebesar 0,334 atau 33,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan sebagai variabel dependen dipengaruhi oleh growth sales, ukuran perusahaan, kebijakan hutang, dan likuiditas sebesar 33,4%, sisanya sebesar 66,6% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Growth Sales terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel *growth sales* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi variabel *growth sales* sebesar 0,759 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan  $H_1$  tidak didukung atau tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya penjualan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan, karena nilai dari *growth sales* (pertumbuhan penjualan) dilihat dari pendapatan suatu perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya. Pada saat perusahaan mengalami peningkatan penjualan, hal tersebut belum tentu menandakan bahwa laba yang diperoleh juga akan meningkat. Menurut teori keagenan, nilai perusahaan akan meningkat ketika perusahaan memiliki penjualan yang relatif stabil. Semakin besar tingkat penjualan perusahaan, maka akan semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan tersebut. Besarnya laba yang dimiliki perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut mampu meningkatkan kekayaan dan dapat mensejahterakan pemegang saham. Berdasarkan teori sinyal, adanya pertumbuhan penjualan akan memberikan sinyal kepada keberhasilan investasi pada periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai perkiraan pertumbuhan penjualan di masa depan. Namun dapat dilihat dalam penelitian ini bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi belum tentu membuat investor dapat meraih keberhasilan investasi dan tidak bisa dijadikan acuan untuk perkiraan pertumbuhan penjualan di masa yang akan datang, karena pertumbuhan penjualan yang tinggi belum tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kartino dan Welas (2020) yang menyatakan bahwa *growth sales* (pertumbuhan penjualan) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Fajriah dkk (2022) menyatakan bahwa *growth sales* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan  $H_2$  didukung atau diterima. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar cenderung lebih menarik minat para investor, karena sudah dipastikan bahwa perusahaan yang memiliki modal besar, kemungkinan besar keuntungan yang dihasilkan akan lebih tinggi. Semakin

besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat (Fista dan Widyawati, 2017). Hasil dari penelitian ini mendukung teori sinyal bahwa informasi mengenai besar kecilnya perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang besar akan lebih mudah mendapatkan sumber pendanaan untuk kegiatan operasionalnya. Selain itu pada teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dari pada perusahaan yang kecil (Jensen dan Meckling, 1976). Perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fista dan Widyawati (2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sintyana dan Artini (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi variabel kebijakan hutang sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan  $H_3$  didukung atau diterima. Penggunaan hutang diharapkan oleh para pemegang saham agar bisa mewujudkan keinginan para manajer untuk meningkatkan nilai perusahaan dan dapat menikmati pembagian saham bagi para pemegang saham (Hardiningsih & Oktaviani, 2012). Sesuai dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa untuk mengurangi biaya keagenan salah satu caranya adalah dengan melakukan hutang. Semakin tinggi proporsi hutang maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal, semakin tinggi proporsi hutang akan menyebabkan kenaikan pada nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan akan menarik minat para investor untuk berinvestasi, karena mereka percaya bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi & Suryono (2019) menunjukkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hertina, dkk (2019) yang menunjukkan bahwa kebijakan hutang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi variabel likuiditas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan  $H_4$  didukung atau diterima. Perusahaan yang memiliki tingkat likuid yang tinggi maka akan memperkecil kegagalan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya kepada kreditur dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Tinggi rendahnya rasio likuiditas akan mempengaruhi minat investor saat akan menginvestasikan dananya. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan akan memberikan sinyal ketika perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang likuid

atau perusahaan yang mampu membayar kewajiban jangka pendeknya ketika jatuh tempo. Hal ini dapat dijadikan sebagai sinyal positif bagi perusahaan untuk menarik minat investor agar menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Salainti dan Sugiono (2019) yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kartino dan Welas (2020) menunjukkan hasil bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji dan analisis data tentang pengaruh *growth sales*, ukuran perusahaan, kebijakan hutang, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) *Growth Sales* (Pertumbuhan Penjualan) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga  $H_1$  tidak diterima; (2) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga  $H_2$  diterima; (3) Kebijakan Hutang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga  $H_3$  diterima; (4) Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga  $H_4$  diterima.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis memberikan saran kepada perusahaan properti dan real estate dan peneliti selanjutnya untuk dijadikan pertimbangan. Penulis menyarankan agar perusahaan terus meningkatkan pertumbuhan penjualan (*growth sales*) dengan mengoptimalkan pendapatan penjualan setiap tahunnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan menjadi lebih optimal. Penulis juga menyarankan untuk peneliti selanjutnya untuk menambah variabel baru dan mengganti subyek penelitian pada perusahaan sektor lain. Selain itu penulis juga menyarankan untuk menambah tahun atau periode yang akan digunakan untuk penelitian agar data yang diperoleh semakin lengkap dan pengujian yang dilakukan lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen (Edisi 11)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dwi, R., & Dahlia. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Equity, Vol. 18(1)*.

- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 10(7).
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 7(1).
- Fista, B. F., & Widyawati, D. (2017). Pengaruh Kebijakan Deviden, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 6(5).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2008). *Analisis Kritis Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Indahningrum, R. P., & Handayani, R. (2009). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dividen, Pertumbuhan Perusahaan, Free Cash Flow dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11(3).
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Vol. 3.
- Kartino, F. A., & Welas. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kimia yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9(2), 121-138.
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Martikarini, N. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang dan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi*.
- Munawir, S. (2007). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 5(9), 5671-5694.
- Rosalia, J., Utami, W. B., & Pratiwi, D. N. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Sales Growth, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar

Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, Vol. 22(2), 988-995.

Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive Signalling Approach. *Journal of Economics*, 23-40.

Wijaya, B. I., & Panji Sedana, I. B. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Deviden dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4(12), 4477-4500.