
ANALISIS PENGARUH *GROWTH, LEVERAGE, DAN PRICE EARNING RATIO* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTOR PROPERTY & REAL ESTATE DI BURSA EFEK INDONESIA

Marsela Jeriska Milka

Email: 18612590wd.marsela@gmail.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *growth, leverage, dan price earning ratio* terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 22. Populasi dalam penelitian ini berjumlah delapan puluh perusahaan. Teknik pengambilan sampel adalah *sampling purposive*. Berdasarkan kriteria sampel yang telah ditentukan diperoleh sampel sebanyak 46 perusahaan dengan jumlah data yang diperoleh selama lima tahun pengamatan sebanyak 230 data. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Dalam penelitian ini *growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan *price earning ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *growth, leverage, price earning ratio, nilai perusahaan*

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *price to book value*. *Price to book value* adalah rasio harga pasar per lembar saham terhadap nilai buku per lembar saham. *Price to book value* merupakan rasio yang berfungsi untuk melihat saham suatu perusahaan tergolong mahal atau murah. Rasio ini menjadi pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu *growth, leverage, dan price earning ratio*.

Growth atau biasa disebut dengan pertumbuhan perusahaan diukur menggunakan pertumbuhan aset perusahaan. Jika total aset perusahaan mengalami peningkatan maka dapat diperkirakan hasil operasional perusahaan juga mengalami peningkatan. Peningkatan total aset akan mendapatkan *respon* yang baik oleh pihak luar misalnya investor. Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* diukur menggunakan

debt to equity ratio (DER). *Debt to equity ratio* merupakan salah satu rasio keuangan yang membandingkan total hutang dengan total ekuitas perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh *price earning ratio* (PER). *Price earning ratio* merupakan perbandingan harga saham dengan laba per saham (*earning per share*). Semakin besar rasio ini, maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Indonesia memiliki perusahaan yang terbagi dalam beberapa sektor. Salah satunya adalah sektor *property & real estate*. Sektor ini diyakini memiliki dampak yang cukup tinggi dalam perubahan pendapatan nasional, sehingga memiliki peran penting dalam upaya pemulihan ekonomi nasional.

KAJIAN PUSTAKA

1. Teori Perusahaan

Menurut Sudrajat & Suwaji (2018: 4), “teori ekonomi perusahaan merupakan teori dasar bagaimana sebuah perusahaan beroperasi. Teori ini didasari asumsi bahwa para manajer akan berusaha memaksimalkan nilai perusahaan dengan tunduk pada berbagai kendala yang ada.”

Tujuan perusahaan secara umum adalah mencari dan memaksimumkan keuntungan/laba, sekalipun tujuan memaksimumkan keuntungan bukan merupakan prioritas. Dengan memaksimumkan laba selama beroperasi, tujuan utama perusahaan untuk memaksimumkan nilai perusahaan akan tercapai. Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari keuntungan perusahaan yang diperoleh selama perusahaan beroperasi (Sudrajat & Suwaji, 2018: 4).

Menurut Suryandani (2018: 52), “tujuan perusahaan jangka pendek yaitu memaksimalkan laba dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sedangkan untuk tujuan jangka panjangnya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan menunjukkan kemakmuran bagi pemegang saham, apabila nilai perusahaan tinggi maka kemakmuran pemegang saham juga tinggi.” Menurut Wijaya (2017: 1), “tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan bagi para pemegang saham.”

2. Teori Sinyal

Menurut Utomo (2019: 41), “teori *signal* mendasari pengungkapan sukarela yang merupakan informasi yang disampaikan perusahaan kepada pihak luar. Beberapa

informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan seperti pengungkapan laporan keuangan dan laporan non keuangan tahunan.” Menurut Dewi & Asyik (2021: 3), “teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal kepada pasar, sehingga pasar dapat membedakan perusahaan dengan prospek baik dan buruk. Pemberian sinyal kepada investor melalui keputusan manajer diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan.”

3. Nilai Perusahaan

Franita (2018: 7) berpendapat bahwa nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Menurut Digdowiseiso, Susilo, & Utami (2022: 2905), “secara umum nilai perusahaan tersebut dapat dicerminkan dari harga saham yang diperoleh perusahaan.”

Nilai perusahaan suatu perusahaan dapat dilihat berdasarkan harga saham perusahaan tersebut, karena terdapat hubungan yang positif antara harga saham dengan nilai perusahaan, yaitu apabila semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan karena dengan semakin tingginya nilai perusahaan menunjukkan bahwa kemakmuran pemegang saham juga semakin meningkat (Dewi & Praptoyo, 2022: 2). Menurut Dewi & Asyik (2021: 3-4), “nilai perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh para pemegang saham sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan yang baik pada masa yang akan datang, dimana nilai perusahaan dan harga saham selalu berkaitan.”

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *price to book value* (PBV). Menurut Franita (2018: 7), PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku.

Rasio Harga terhadap Nilai Buku (*Price to Book Value Ratio*), merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat harga saham apakah *overvalued* atau *undervalued*. Semakin rendah nilai PBV suatu saham maka saham tersebut dikategorikan *undervalued*, dimana sangat baik untuk investasi jangka panjang. Namun, rendahnya nilai PBV juga dapat mengindikasikan menurunnya kualitas dan kinerja fundamental emiten. Oleh sebab itu, nilai PBV juga harus dibandingkan dengan

PBV saham emiten lain dalam industri yang sama. Apabila terlalu jauh perbedaannya maka sebaiknya perlu dianalisis lebih lanjut (Hery, 2016: 145).

4. Growth

Menurut Mulyadi (2021: 130), “pertumbuhan perusahaan merupakan pertambahan nilai yang terukur baik yang bersifat bertambah maupun berkurang dari suatu periode tertentu dibandingkan dengan periode sebelumnya.” Menurut Suryandani (2018: 50), “perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam pemantapan posisi di era persaingan, menikmati penjualan yang terus meningkat secara signifikan dengan diiringi adanya peningkatan pangsa pasar.”

Dilihat dari sisi investor pertumbuhan perusahaan yang baik harus menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih banyak atas investasi yang dilakukan. Investor yang memperoleh informasi mengenai pertumbuhan perusahaan yang diindikasikan melalui peningkatan total aktiva dari suatu perusahaan akan mendapatkan *respon* yang sangat baik dari pasar, maka dari itu hal tersebut dapat meningkatkan harga saham ataupun mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat (Hergianti, 2020: 6).

Pertumbuhan perusahaan (*corporate growth*) diukur dari perubahan total aset suatu perusahaan sebagai dampak adanya perputaran arus kas dan manajemen perusahaan. Perubahan total aset ini dapat dinilai dari besarnya aktiva yang bertambah atau berkurang dari waktu ke waktu sebagai hasil perputaran kas perusahaan yang diwujudkan pada kebijakan investasi, disvestasi, dampak depresiasi, revaluasi aset maupun hasil dari kegiatan operasional lainnya, seperti kegiatan proses produksi dan penjualan (Mulyadi, 2021: 146).

5. Leverage

Leverage bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban perusahaan. Pada umumnya perusahaan dengan penggunaan kewajiban yang terlalu tinggi dianggap tidak sehat. Menurut Ningrum (2022: 5), “*leverage* mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban finansialnya yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjangnya.”

Leverage dalam penelitian ini diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER). Menurut Hery (2016: 143), “Rasio Utang terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*), merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total ekuitas.” Ningrum (2022: 5) berpendapat bahwa DER mencerminkan

kemampuan perusahaan untuk membayar atau memenuhi kewajibannya dengan modal sendiri.

6. Price Earning Ratio

Price earning ratio digunakan untuk memperkirakan nilai saham perusahaan. *Price earning ratio* diukur dengan cara membandingkan harga saham dengan laba perusahaan. Menurut Hutapea, Zebua, & Hayati (2021: 62), “*price earning ratio* yang rendah akan menunjukkan prospek pertumbuhan yang rendah pula, hal ini akan dapat menurunkan minat investor terhadap harga saham. Hal ini berarti semakin besar PER memungkinkan harga pasar dari setiap lembar saham semakin baik.”

Rasio Harga terhadap Laba (*Price Earning Ratio*), merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham. Lewat rasio ini, harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun. Dengan mengetahui besaran PER tersebut, calon investor potensial dapat mengetahui apakah harga sebuah saham tergolong wajar atau tidak (secara nyata) sesuai kondisi saat ini dan bukannya berdasarkan pada perkiraan di masa mendatang (Hery, 2016: 144).

Berdasarkan uraian kajian pustaka di atas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh *Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Growth atau pertumbuhan perusahaan merupakan rasio yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa cepat suatu perusahaan berkembang. Rasio ini mengukur tingkat pertumbuhan perusahaan. Tingkat pertumbuhan perusahaan di liat dari pertumbuhan aset perusahaan. Penurunan atau kenaikan total aset inilah yang akan mencerminkan pertumbuhan atau perkembangan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang baik, menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga menjadi daya tarik bagi investor untuk berinvestasi. Hal ini akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Asumsi ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Asyik (2021), Melinia dan Priyadi (2021), Husna & Rahayu (2020) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_1 : *Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban perusahaan. Nilai *leverage* yang lebih tinggi membuat para calon investor merasa cemas

dan ragu untuk berinvestasi di perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan nilai *leverage* yang tinggi dianggap memiliki resiko investasi yang cukup besar. Sebaliknya, nilai *leverage* yang rendah akan mendapatkan *respon* baik oleh calon investor. Karena perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah menunjukkan bahwa resiko investasi adalah rendah. Hal ini dapat meyakinkan investor untuk berinvestasi sehingga akan memberikan dampak pada peningkatan nilai perusahaan. Asumsi ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Digidowiseiso, Susilo, & Utami (2022), Dewi & Praptoyo (2022), Hergianti (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh *Price Earning Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan

Price earning ratio merupakan perbandingan harga pasar saham dengan *earning per share*. *Price earning ratio* adalah alat ukur yang digunakan untuk mengetahui apakah harga saham yang dimiliki oleh suatu perusahaan tergolong murah atau mahal berdasarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih per saham. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Asumsi ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Citra *et al* (2020), Prakoso, Husna, & Rikayana (2022), Hutapea, Zebua, & Hayati (2021) menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃: *Price earning ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *property & real estate* di Bursa Efek Indonesia periode 2016 sampai dengan 2020. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumenter.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak delapan puluh perusahaan. Sampel diambil menggunakan metode *sampling purposive*. Kriteria sampel yang ditentukan pada penelitian ini yaitu (1) Perusahaan sektor *property & real estate* yang telah *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia pada tahun ≤ 2016 (2) Perusahaan sektor *property & real estate* yang menerbitkan laporan keuangan audit dan laporan tahunan (*annual report*) secara lengkap selama tahun 2016 sampai tahun 2020. Berdasarkan kriteria yang

telah ditentukan maka, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak empat puluh enam perusahaan. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 22.

PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	230	-0,3061	3,1048	0,076722	0,2627575
X2	230	-10,2555	3,7010	0,660007	0,9717697
X3	230	-1240,7407	19625,0000	271,970221	1924,8995262
Y	230	-0,3245	12,7698	1,146023	1,6683203
Valid N (listwise)	230				

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah data pada kolom N sebanyak 230 data yang diperoleh dari 46 perusahaan selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Jumlah keseluruhan data yang diperoleh menunjukkan bahwa semua data terproses tanpa ada data yang *missing*. Dari data tahun 2016 sampai dengan 2020 *growth* (X₁) mempunyai nilai minimum sebesar -0,3061, nilai maksimum sebesar 3,1048, rata-rata sebesar 0,076722, dan standar deviasi sebesar 0,2627575. Dari data tahun 2016 sampai dengan 2020 *leverage* (X₂) mempunyai nilai minimum sebesar -10,2555, nilai maksimum sebesar 3,7010, rata-rata sebesar 0,660007, dan standar deviasi sebesar 0,9717697.

Dari data tahun 2016 sampai dengan 2020 *price earning ratio* (X₃) mempunyai nilai minimum sebesar -1.240,7407, nilai maksimum sebesar 19.625,0000, rata-rata sebesar 271,970221, dan standar deviasi *price earning ratio* sebesar 1.924,8995262. Dari data tahun 2016 sampai dengan 2020 nilai perusahaan (Y) mempunyai nilai minimum sebesar -0,3245, nilai maksimum sebesar 12,7698, rata-rata sebesar 1,146023, dan standar deviasi sebesar 1,6683203.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 2 menunjukkan menunjukkan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 artinya, data berdistribusi tidak normal. Karena nilai signifikansi yang ditunjukkan oleh *Asymp.*

Sig. (2-tailed) lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 (0,000 < 0,05).

Tabel 2
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		230
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48983653
Most Extreme Differences	Absolute	.240
	Positive	.240
	Negative	-.212
Test Statistic		.240
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Untuk mengatasi hal tersebut, maka penulis akan melakukan eliminasi data *outlier* dengan metode *outlier boxplot*. Data *outlier* merupakan data yang memiliki nilai ekstrim pada residual sehingga harus dieliminasi agar data yang dihasilkan berdistribusi normal. Transformasi yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan transformasi logaritma natural (LN).

Tabel 3
Uji Normalitas (Setelah Eliminasi)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		136
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.83768493
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.034
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Tabel 3 menunjukkan bahwa setelah dilakukan eliminasi data *outlier*, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang menunjukkan hasil uji lebih besar dari 0,05. Artinya, data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.564	.214	.079	-2.643	.009		
	LN_X1	.061	.062	.079	.981	.329	.954	1.048
	LN_X2	.196	.079	.196	2.466	.015	.982	1.018
	LN_X3	.230	.048	.386	4.818	.000	.968	1.034

a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 4 hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa *growth* (X_1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,954 dan VIF sebesar 1,048; *leverage* (X_2) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,982 dan VIF sebesar 1,018; *price earning ratio* (X_3) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,968 dan VIF sebesar 1,034. Masing-masing variabel independen memiliki *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian diatas tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 5
Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.459	.125		3.677	.000
	LN_X1	-.032	.036	-.078	-.888	.376
	LN_X2	-.019	.046	-.036	-.415	.679
	LN_X3	.038	.028	.120	1.375	.171

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Pada Tabel 5 menunjukkan hasil pengujian heterokedastisitas dengan menggunakan metode uji glejser. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *growth* (X_1)

memiliki nilai signifikansi sebesar 0,376. *Leverage* (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,679. Dan *price earning ratio* (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,171. Nilai signifikansi yang dimiliki oleh ketiga variabel bebas lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian ini tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 6
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.423 ^a	.179	.161	.84715060	1.959

a. Predictors: (Constant), LN_X3, LN_X2, LN_X1

b. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 6 hasil pengujian autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin – Watson* sebesar 1,959. Jumlah variabel independen (k) yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 3 variabel independen dan jumlah data (n) yang digunakan adalah 136 data maka diperoleh nilai du sebesar 1,7652. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $du < d < 4 - du$ ($1,7652 < 1,959 < 2,2348$) artinya tidak terjadi permasalahan autokorelasi.

3. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai konstanta pada persamaan regresi bernilai negatif sebesar -0,564 artinya, apabila variabel independen yaitu *growth*, *leverage*, dan *price earning ratio* dianggap konstan atau nol, maka nilai dari variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar -0,564. *Growth* (X_1) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,061 artinya, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka setiap kenaikan *growth* sebesar satu satuan akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,061 satuan.

Leverage (X_2) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,196 artinya, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka setiap kenaikan *leverage* sebesar satu satuan akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,196 satuan. *Price earning ratio* (X_3) mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,230 artinya, dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka setiap kenaikan *price earning ratio* sebesar satu satuan akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,230 satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6 menunjukkan bahwa R dalam penelitian ini sebesar 0,423. Artinya korelasi antara variabel independen yaitu *growth*, *leverage*, dan *price earning ratio* dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan adalah lemah atau tidak erat, karena angka 0,423 mendekati angka 0. Koefisien determinasi (R^2) yang dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,161 atau sebesar 16,1 persen. Ini menunjukkan bahwa kemampuan *growth*, *leverage*, dan *price earning ratio* dalam menjelaskan nilai perusahaan sebesar 16,1 persen. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

b. Uji F

Tabel 7
Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20.697	3	6.899	9.613	.000 ^b
Residual	94.732	132	.718		
Total	115.429	135			

a. Dependent Variable: LN_Y

b. Predictors: (Constant), LN_X3, LN_X2, LN_X1

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa *growth*, *leverage*, dan *price earning ratio* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, hasil uji kelayakan model regresi dalam penelitian ini diterima.

c. Uji t

Pada Tabel 4 hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi *growth* (X_1) lebih besar dari 0,05 ($0,329 > 0,05$) dan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,981 < 1,97810$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa *growth* (X_1) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikansi *leverage* (X_2) sebesar 0,015 dan t_{hitung} sebesar 2,466. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai signifikansi *leverage* (X_2) lebih kecil dari 0,05 ($0,015 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,466 > 1,97810$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa *leverage* (X_2) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikansi *price earning ratio* (X_3) sebesar 0,000 dan t_{hitung} sebesar 4,818. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai signifikansi *price earning ratio* (X_3) lebih kecil dari

0,05 ($0,000 < 0,05$) dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,818 > 1,97810$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa *price earning ratio* (X_3) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* dan *price earning ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meninjau kembali variabel independen yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, untuk menggunakan variabel independen yang berbeda yang mempengaruhi nilai perusahaan, dan memperluas objek penelitian serta menambah periode pengamatan sehingga dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik pada penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Citra, H., Felicia. L., Janlie. Y., Rosniar., & Malau. N.Y. (2020). Pengaruh Leverage, Working Capital Turnover, Kebijakan Dividen, dan Price Earning Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods Industry yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 4(1), 81-94.
- Dewi, L.A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset*, 11 (3), 2-19.
- Dewi, R.O.K., & Asyik, N.F. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(5), 2-20.
- Digdowiseiso, K., Susilo, B., & Utami, L.S. (2022). Analisis Pengaruh Earning Per Share, Valuasi Harga Saham, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2903-2915.
- Djaali, H. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung. Alfabeta.
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan*. Medan. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

-
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hergianti, A.N. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9(2), 2-20.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Husna, R., & Rahayu, Y. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Deviden, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 9(1), 2-16.
- Hutapea, D.O., Zebua, E.F., & Hayati, K. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Earning Per Share, Price Earning Ratio dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Jambura Economic Education Journal*, 3(2), 61-71.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta. Kencana.
- Melinia, V., & Priyadi, M.P. (2021). Pengaruh Kebijakan Hutang dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(10), 2-23.
- Mukhid. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Mulyadi, T. (2021). *Filosofi Pertumbuhan Perusahaan Dan Strategi Filosofi, Analisis Kinerja Industri, Strategi Pertumbuhan Perusahaan pada Subsektor Perkebunan di Indonesia*. Bogor. IPB Press.
- Ningrum, E.P. (2022). *Nilai Perusahaan*. Jawa Barat: Adab CV. Adanu Abimata.
- Prakoso, A., Husna, A., & Rikayana, H.L. (2022). Pengaruh Price Earnings Ratio, Quick Ratio, dan Debt To Equity Ratio Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. *Student Online Journal*, 3(1), 1-13.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta. Gava Media.
- Purnomo, R.A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo. CV Wade Group.
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Siyoto, S., & Sodik, M.A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Publishing.
- Sudrajat, U., & Suwaji. (2018). *Buku Ajar Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta. Deepublish.

-
- Sugiyono, (2015). *Statistik Nonparametrik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Suryandani, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate. *Business Manajemen Analysis Journal (BMAJ)*, 1(1), 49-59.
- Utomo, M. N. (2019). *Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan*. Surabaya. CV Jakad Publishing.
- Wijaya, D. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta. PT Grasindo.

www.idx.co.id

