

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL,
PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERTUMBUHAN
PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di BEI
Periode 2019-2023)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1**

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Dodi Setiawan

NIM : 31402100222

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI S1

AKUNTANSI

SEMARANG

2025

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar
Di BEI Periode 2019-2023)**

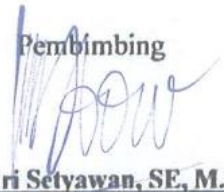
Disusun Oleh :

Dodi Setiawan
NIM: 31402100222

Telah disetujui oleh pembimbing dan reviewers skripsi
Pada tanggal 03 Mei 2025

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing


Hendri Setyawan, SE, M.PA
NIDN. 0621018204

Review


Dr. H. Zainal Alim Adiwijaya, S.E., M.Si., Ak.CA
NIDN. 0628106702

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi pada tanggal 03 Mei 2025


Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP
NIDN. 0611088001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dodi Setiawan
NIM : 31402100222
Program Studi : S-1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis UNISSULA

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul “Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2019-2023)”. Merupakan hasil karya sendiri (bersifat original), bukan merupakan plagiasi atau duplikasi karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan yang saya buat ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 26 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Dodi Setiawan
NIM. 31402100222

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Subjek penelitian adalah perusahaan di sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2023. Pemilihan sektor energi didasarkan pada perannya yang strategis dalam perekonomian nasional serta fluktuasi signifikan yang terjadi pada indeks sektoral selama periode tersebut. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan total akhir 27 perusahaan atau 135 data observasi. Namun, setelah pengujian normalitas dan penghapusan outlier, data yang digunakan dalam analisis regresi berganda berjumlah 82. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan uji t, uji F, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan; (2) pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan; (3) pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan; dan (4) ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, keempat variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi 0,007. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 12,4% menunjukkan bahwa model ini hanya mampu menjelaskan variabel dependen secara terbatas.

Kata Kunci: Kepemilikan Manajerial, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

This research aims to analyze the impact of managerial ownership, sales growth, company growth, and company size on firm value. The subjects of the study are companies in the energy sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period of 2019–2023. The selection of the energy sector is based on its strategic role in the national economy and the significant fluctuations that occurred in the sectoral index during the research period. This study is quantitative in nature, using descriptive and causal approaches. The sampling technique employs purposive sampling, resulting in a final total of 27 companies or 135 observation data points. However, after normality testing and the removal of outliers, the data used in the multiple regression analysis amounts to 82. The data analysis technique used is multiple linear regression, along with t-tests, F-tests, and classical assumption tests. The results indicate that (1) managerial ownership has no significant effect on firm value; (2) sales growth negatively and significantly affects firm value; (3) company growth positively and significantly influences firm value; and (4) company size does not have a significant impact on firm value. Simultaneously, all four independent variables significantly affect firm value with a significance level of 0.007. The adjusted R² value of 12.4% indicates that the model can only explain the dependent variable to a limited extent. The implications of this research suggest that companies need to focus more on managing asset growth and efficient sales strategies to enhance firm value. Investors are also advised to consider not only sales growth and company size but also other variables that better reflect the company's fundamental performance.

Keywords: Managerial Ownership, Sales Growth, Company Growth, Company Size, Firm Value.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan Rahmat, Taufiq, hidayah, serta inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2023)”**

Laporan proposal skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat menyelesaikan program Sarjana (S1) Akuntansi Program Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung. Selama proses bimbingan proposal skripsi peneliti mendapatkan motivasi, serta dukungan dari pihak lain, oleh sebab itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti, SE, M.Si, Ph.D, Ak, CA, IFP, AWP selaku Ketua Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Hendri Setiawan, S.E, M.PA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan bimbingan dan motivasi dalam menyusun proposal penelitian ini.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta seluruh staf tata usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses penyusunan proposal penelitian ini hingga selesai.
5. Bapak, Ibu, keluarga dan teman teman tercinta atas segala do'a, perhatian, dukungan yang tulus selama ini.

Penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih diperlukan saran dan kritik untuk membangun penyusunan yang baik. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang memerlukan.

Semarang, 24 Januari 2025

Penulis,

Dodi Setiawan
NIM. 31402100222



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	10
1.3 TUJUAN PENELITIAN	11
1.4 MANFAAT PENELITIAN	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 LANDASAN TEORI	14
2.1.1 Teori Sinyal	14
2.2 VARIABEL PENELITIAN	15
2.2.1 Kepemilikan Manajerial	15

2.2.2 Pertumbuhan Penjualan	16
2.2.3 Pertumbuhan Perusahaan	16
2.2.4 Ukuran Perusahaan	17
2.2.5 Nilai Perusahaan	19
2.3 PENELITIAN TERDAHULU	19
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN	24
2.4.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan	24
2.4.2 Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan	26
2.4.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	27
2.4.4 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	29
2.5 KERANGKA PENELITIAN	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 JENIS PENELITIAN	32
3.2 POPULASI DAN SAMPEL	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	33
3.3 JENIS DAN SUMBER DATA	33
3.3.1 Jenis Data	33
3.3.2 Sumber Data	34
3.4 METODE PENGUMPULAN DATA	34

3.5 VARIABEL DAN INDIKATOR.....	34
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA.....	36
3.6.1 Statistik Deskriptif	36
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.6.5 Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2 Analisis Data	44
4.2.1 Statistik Deskriptif	44
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.2.4 Koefesiensi Determinasi	56
4.2.5 Uji Hipotesis	58
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan	60
4.3.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	62
4.3.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	63

4.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.....	65
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) 5 Tahun Terakhir	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Kriteria Sampel	33
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 4. 1 Pengambilan Sampel Penelitian.....	43
Tabel 4. 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas Outlier Pertama.....	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas Outlier Kedua.....	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi Sebelum Cochrane Orcutt.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi Sesudah Cochrane Orcutt	54
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefesiensi Determinasi.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (uji t)	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Signifikansi Simultan (f)	60

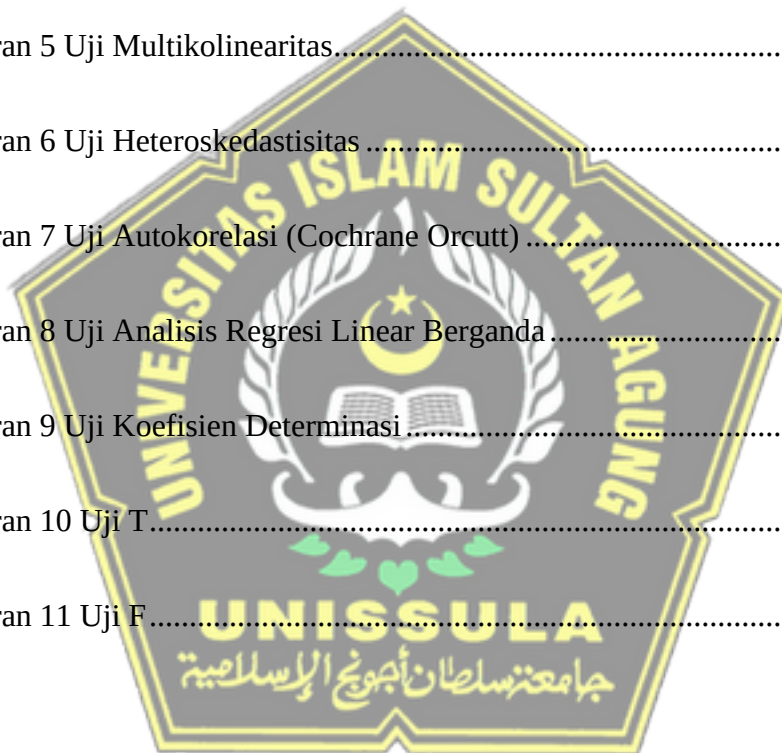
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik IDX ENERGI 5 Tahun Terakhir.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data.....	77
Lampiran 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	80
Lampiran 3 Uji Normalitas	80
Lampiran 4 Uji Normalitas (Transform).....	81
Lampiran 5 Uji Multikolinearitas.....	82
Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas	82
Lampiran 7 Uji Autokorelasi (Cochrane Orcutt)	82
Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	83
Lampiran 9 Uji Koefisien Determinasi	83
Lampiran 10 Uji T	83
Lampiran 11 Uji F.....	84



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perusahaan sebagai entitas ekonomi memiliki tujuan utama untuk memperoleh laba, tetapi juga harus memperhatikan peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan bukan hanya sekadar angka, melainkan menjadi fokus utama dalam pengambilan keputusan investasi oleh para investor. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, penting bagi perusahaan untuk menarik minat investor, yang mencerminkan prospek masa depan dan harapan terhadap kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kekayaannya (Aeni & Asyik, 2019).

Nilai perusahaan sering kali dihubungkan dengan harga saham yang diperdagangkan di pasar. Semakin tinggi nilai jual saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang berimplikasi langsung pada kesejahteraan dan kemakmuran para pemegang saham (Meifari, 2023). Dengan demikian, harga saham yang meningkat dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan dananya di perusahaan tersebut. Laporan keuangan berfungsi sebagai sumber informasi penting bagi investor dalam membuat keputusan investasi. Hal ini dikarenakan dari laporan ini, investor dapat menilai nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham.

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan kinerja dan prospek suatu perusahaan di pasar (Meifari, 2023). Dalam sektor energi, nilai perusahaan menjadi semakin krusial karena sektor ini memiliki peran strategis dalam perekonomian global dan domestik. Perusahaan energi tidak hanya

berkontribusi terhadap penyediaan sumber daya energi bagi industri dan masyarakat, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga komoditas, perubahan kebijakan lingkungan, dan dinamika geopolitik yang dapat mempengaruhi stabilitas bisnis.

Peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai melalui kerjasama yang baik antara shareholder dan stakeholder. Kedua pihak perlu berkolaborasi dalam membuat keputusan yang tepat untuk memaksimalkan modal dan sumber daya yang ada (Ekadjaja & Dewi, 2020). Dalam konteks ini, nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya yang menjadi indikator penting bagi investor, karena menunjukkan bagaimana pasar menilai keseluruhan kinerja perusahaan.

Tabel 1. 1 Kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) 5 Tahun Terakhir

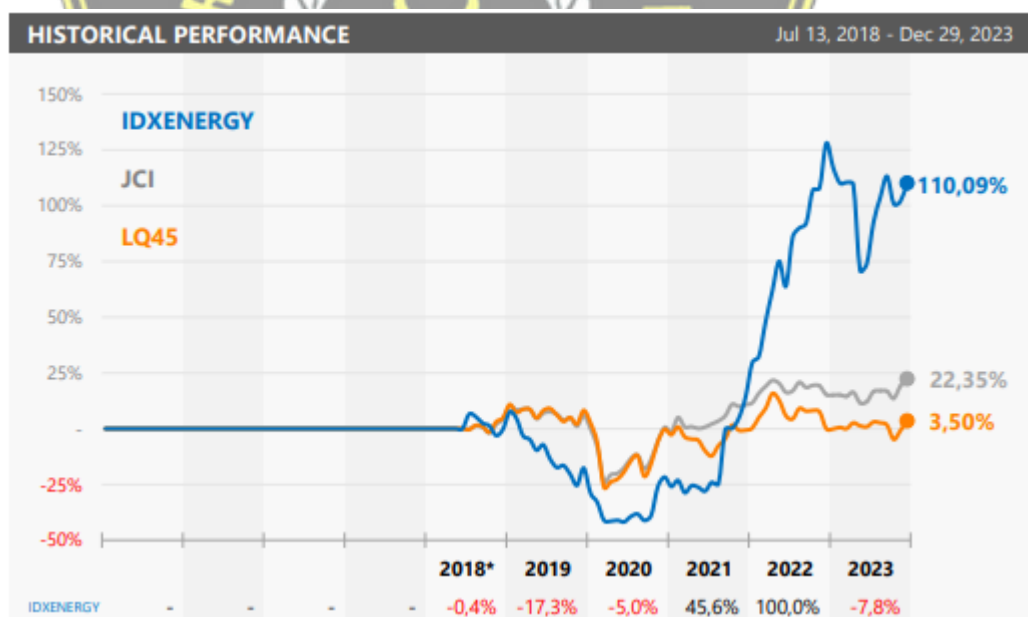
Tahun	IHSG Akhir Tahun	Perolehan Tahunan
2019	6.299,54	1,70%
2020	5.979,07	-5,09%
2021	6.581,48	10,08%
2022	6.850,62	4,09%
2023	7.272,80	6,16%

Sumber : IDX (data diolah tim riset BolaSalju)

Tabel 1.1 menampilkan kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) selama lima tahun terakhir, yang menunjukkan adanya fluktuasi signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, IHSG ditutup pada level 6.299,54 dengan perolehan tahunan sebesar 1,70% dari tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2020, IHSG mengalami penurunan yang cukup tajam, dengan tingkat penutupan sebesar 5.979,07 atau turun sebesar -5,09% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ini mencerminkan

dampak negatif dari pandemi COVID-19 terhadap pasar keuangan Indonesia. Meski demikian, pasar menunjukkan tanda-tanda pemulihan pada tahun 2021, dengan IHSG mencapai level penutupan 6.581,48, yang mencerminkan peningkatan tahunan sebesar 10,08%. Tren positif ini berlanjut pada tahun-tahun berikutnya, dengan IHSG terus mengalami pertumbuhan. Pada tahun 2022, IHSG ditutup pada 6.850,62, naik sebesar 4,09%, dan pada tahun 2023 IHSG mencapai level tertinggi dalam tabel, yaitu 7.272,80, dengan perolehan tahunan sebesar 6,16%.

Berdasarkan data IHSG tersebut menunjukan fluktuasi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap sektor energi di Indonesia.



Sumber : www.idx.co.id

Gambar 1. 1 Grafik IDX ENERGI 5 Tahun Terakhir

Grafik IDXENERGI menggambarkan perjalanan kinerja sektor energi di pasar saham Indonesia dari 2019 hingga 2023, mencerminkan fluktuasi yang signifikan akibat berbagai faktor ekonomi global dan domestik. Pada 2019, kinerja sektor menunjukkan penurunan tajam sebesar -17,3%, yang dipengaruhi oleh melemahnya harga komoditas energi global serta ketidakpastian akibat perang dagang AS-China. Kondisi ini diperparah pada 2020 ketika pandemi COVID-19 melanda, menyebabkan penurunan lebih lanjut sebesar -5% karena turunnya permintaan energi secara global dan terhambatnya aktivitas ekonomi.

Pemulihan sektor energi mulai terlihat pada tahun 2021 dengan pertumbuhan 45,6%, dipicu oleh pemulihan aktivitas ekonomi global dan peningkatan permintaan energi seiring kenaikan harga minyak dan gas. Lonjakan terbesar terjadi pada 2022, dengan pertumbuhan mencapai 100% akibat kenaikan harga komoditas energi karena ketegangan geopolitik, termasuk konflik Rusia-Ukraina. Tren positif ini berlanjut hingga 2023, dengan total pertumbuhan sektor energi mencapai 110,09% dibandingkan 2018. Kinerja ini mencerminkan daya tarik sektor energi di pasar saham Indonesia, didorong oleh harga komoditas yang meningkat dan permintaan yang stabil.

Fluktuasi kinerja sektor energi berdampak langsung pada nilai perusahaan-perusahaan di dalamnya. Perusahaan yang dapat beradaptasi dengan perubahan pasar memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan nilai mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan mencakup kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan.

Kepemilikan manajerial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial mencakup partisipasi dalam pengelolaan bisnis. Kepentingan manajer dan pemegang saham dapat diselaraskan melalui kepemilikan saham manajerial. Sebagai pemilik dan manajer perusahaan, manajer akan mendapatkan keuntungan langsung dari kebijakan yang diterapkan untuk bisnis dan menanggung risiko jika keputusan yang buruk mengakibatkan kerugian. Namun, manajer juga dapat mengambil bagian jika kebijakan yang diterapkan memberikan dampak yang menguntungkan bagi bisnis, sehingga kepemilikan manajerial diharapkan dapat meningkatkan nilai dan kinerja perusahaan (Purba & Effendi, 2019).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari & Wulandari (2021) membuktikan bahwa secara parsial kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, hasil berbeda diperoleh dalam penelitian Hadiansyah et al., (2022), yang menemukan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menarik pelanggan dan memperluas pasarnya sehingga dapat memberi investor sinyal yang baik. Pertumbuhan penjualan juga digunakan untuk memprediksi pencapaian perusahaan di masa yang akan datang. Tingkat pertumbuhan penjualan dapat memberikan gambaran terkait dengan laba yang juga mengalami peningkatan sehingga terbentuk pola pikir manajer tentang berbagai cara dalam mengoptimalisasikan hasil. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator utama kinerja perusahaan, pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat meningkatkan

profitabilitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Fajriah et al., 2022).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arianti & Yatinigrum (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum et al., (2022), yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Faktor selanjutnya yaitu pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan perusahaan mencerminkan sejauh mana sebuah perusahaan memiliki potensi untuk berkembang dan maju di masa depan. Rasio ini berfungsi sebagai indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas dan memperkuat posisinya di tengah persaingan industri serta perubahan dalam pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan menunjukan posisi perusahaan dalam sistem ekonomi secara keseluruhan dalam industri yang sama (Mandjar & Triyani, 2019). Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat sebagai hasil dari strategi bisnis yang sukses, upaya diversifikasi yang dilakukan, ekspansi ke pasar baru, dan eksplorasi pasar. Perusahaan yang mampu tumbuh secara konsisten biasanya dinilai lebih tinggi oleh investor (Kelana & Amanah, 2020). Dengan demikian, pertumbuhan perusahaan menjadi tolak ukur penting dalam menunjukan nilai perusahaan.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan tetapi masih menunjukkan hasil yang

bervariatif, diantaranya yaitu hasil penelitian oleh Husna dan Rahayu (2020) yang menunjukkan hasil bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian oleh Sari et al., (2023) yang menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merujuk pada skala besar atau kecilnya suatu entitas perusahaan, yang biasanya dilihat dari berbagai indikator, salah satunya adalah total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin erat kaitannya dengan keputusan pendanaan yang diambil untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022). Proses mendapatkan pendanaan akan menjadi lebih mudah bagi perusahaan yang lebih besar. Perusahaan besar biasanya menghadapi banyak resiko, jadi mereka terlatih dalam menghadapi resiko (Irawan & Kusuma, 2019). Perusahaan besar biasanya memiliki akses yang lebih besar ke pasar dan sumber daya, serta lebih banyak uang untuk berinvestasi dalam inovasi dan efisiensi operasional (Fajriah et al., 2022).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bitu et al., (2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian dari Anggraini & Agustiningsih (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi aspirasi bagi semua pemilik perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa kemakmuran pemegang saham juga akan

meningkat. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja yang baik di mata pasar. Bagi pihak kreditur, nilai perusahaan memiliki relevansi tersendiri, yaitu berkaitan dengan likuiditas perusahaan. Mereka akan menilai kemampuan perusahaan dalam mengembalikan pinjaman berdasarkan nilai perusahaan. Jika nilai perusahaan dinilai rendah, investor dan kreditur pun akan cenderung menganggap perusahaan tersebut tidak mampu memenuhi tanggung jawab keuangannya, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan investasi dan pemberian kredit.

Ketatnya persaingan dunia bisnis saat ini setiap perusahaan dihadapkan dengan tantangan yang semakin sulit maka hal ini menuntut manajer untuk membuat keputusan yang tepat bagi perusahaan agar dapat mencapai tujuannya (Kelana & Amanah, 2020). Bagi investor, untuk mengambil keputusan berinvestasi harus melakukan analisis fundamental salah satunya dengan melihat nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan menjadi indikator untuk para investor menilai perusahaan secara keseluruhan. Sehingga perusahaan-perusahaan saling bersaing agar menjadi perusahaan yang paling berkompeten diantara perusahaan yang lain (Riswandi & Yuniarti, 2020).

Berdasarkan uraian fenomena serta research gap yang telah dipaparkan diatas, penelitian mengenai hubungan antara kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan menarik untuk dilakukan penelitian kembali, karena pada penelitian sebelumnya terdapat perbedaan pendapat mengenai hasil penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Fajriah et al (2022) yang meneliti Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan

Perusahaan dan Ukuran Perusahaan sebagai mekanisme meningkatkan Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2019. Penelitian ini dijadikan peneliti sebagai acuan, dengan melakukan beberapa pembaruan yaitu :

1. Penambahan variable kepemilikan manajerial sebagai variable independen.

Banyak penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Prasetya et al., (2024) menegaskan bahwa hal ini disebabkan oleh fakta bahwa ketika manajer memiliki saham, mereka cenderung lebih termotivasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, nilai kekayaan mereka sebagai pemegang saham juga meningkat. Keputusan yang diambil oleh manajer akan berdampak langsung pada ekuitas yang mereka miliki.

2. Pada objek penelitian yaitu perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan perusahaan sektor energi sebagai objek penelitian didasarkan pada peran strategisnya dalam perekonomian global dan domestik, terutama dalam mendukung pertumbuhan berbagai sektor industri lainnya. Sektor energi memiliki karakteristik unik, seperti sensitivitas terhadap perubahan harga komoditas, kebijakan lingkungan, serta dinamika geopolitik yang membuatnya menjadi subjek penelitian yang relevan dan menarik.

Selain itu, perusahaan di sektor energi sering kali menghadapi tantangan besar, seperti transisi menuju energi terbarukan, tuntutan keberlanjutan, serta volatilitas pasar energi global. Hal ini memberikan peluang untuk mengeksplorasi bagaimana perusahaan-perusahaan di sektor ini mengelola

risiko, mengadopsi inovasi, serta merumuskan strategi pendanaan dan operasional untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing mereka di masa depan.

3. Periode penelitian selama 5 tahun terakhir, yaitu 2019-2023 karena pada penelitian sebelumnya menggunakan 5 periode penelitian dari 2015-2019. 2019-2023 diambil sebagai tahun pelaporan terbaru dan untuk menilai konsistensi hasil pengujian sehingga dapat menjadi representative peluang perusahaan ke arah masa depan.

Dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penelitian mengenai hubungan antara kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menarik untuk dilakukan penelitian kembali, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas ditemukan masalah, *“masih adanya inkonsistensi temuan hasil penelitian mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia”*. Oleh karena itu, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : *“Bagaimana mengatasi ketimpangan penelitian mengenai pengaruh*

kepemilikan manajerial, *pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia?*” dengan demikian maka pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023?
2. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai Perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.
2. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.
3. Menguji secara empiris dan menganalisis pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.

4. Menguji secara empiris dan menganalisis ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang didapat dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya :

1). Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang bagaimana nilai perusahaan yang berhubungan dengan pengaruh kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan Perusahaan dan ukuran Perusahaan pada sektor energy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2023, sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan ilmu pengetahuan pada pengembangan nilai perusahaan pada perusahaan sektor energy.

2). Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau gambaran pihak-pihak terkait, antara lain :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat menjadi referensi atau bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang sejenis.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan evaluasi di masa yang akan datang mengenai pengaruh struktur modal, likuiditas, profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu informasi bagi investor dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi di sebuah perusahaan.

4. Bagi Akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi bahan bacaan dan referensi terutama bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan dari suatu Perusahaan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Teori Sinyal

Teori yang digunakan sebagai landasan penelitian ini adalah *signaling theory*. Michael Spence, dalam penelitiannya yang berjudul "*Job Market Signaling*" pada tahun 1973, pertama kali menggunakan teori sinyal dalam konteks nilai perusahaan. Teori ini menjelaskan bagaimana orang-orang dalam manajemen perusahaan atau individu memberikan sinyal kepada pasar untuk mengurangi asimetri informasi antara investor dan manajemen (Spence, 1973).

Signalling Theory merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, yang dapat memberikan panduan kepada investor mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan. Menurut Ekadjaja dan Dewi (2020) Teori Sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan informasi dan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Informasi tersebut diharapkan dapat meyakinkan investor dan calon investor dalam pengambilan keputusan. Informasi berupa keterangan, catatan, gambaran keadaan masa lalu dan prediksi masa yang akan datang bagi keberlangsungan perusahaan dan dampaknya kemudian hari. Informasi dapat berupa analisis laporan keuangan yang dapat berupa pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan nilai saham perusahaan.

Dalam hal ini perhatian para investor akan diarahkan kepada nilai suatu perusahaan. Hubungan Teori sinyal (*signaling theory*) menjelaskan bagaimana perusahaan mengkomunikasikan informasi kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya, terutama dalam konteks asimetri informasi. Dalam hal ini, perusahaan yang memiliki informasi lebih baik tentang kinerjanya dibandingkan dengan investor eksternal harus memberikan sinyal yang jelas untuk mengurangi ketidakpastian. Setelah informasi diumumkan, semua pelaku pasar menginterpretasikan dan menganalisisnya sebagai sinyal baik atau buruk. Jika pengumuman mengandung nilai positif, diharapkan pasar akan bereaksi pada saat pengumuman diterima. Laporan tahunan adalah salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat memberi tahu orang lain, terutama bagi investor.

2.2 VARIABEL PENELITIAN

2.2.1 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kondisi di mana manajer suatu perusahaan memiliki saham dalam perusahaan tersebut, yang berarti mereka juga bertindak sebagai pemegang saham (Suastini et al., 2016). Dengan memiliki saham, manajemen akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan sesuai dengan keinginan pemegang saham mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan (Prasetia et al., 2024). Ini menciptakan hubungan yang erat antara kepentingan manajer dan pemegang saham, di mana manajer merasakan dampak langsung dari keputusan yang mereka ambil terhadap nilai perusahaan. Tingginya kepemilikan manajerial dapat diharapkan pihak manajemen untuk berusaha

semaksimal mungkin dan termotivasi dalam meningkatkan kerja untuk kepentingan para pemegang saham (Christiani & Herawaty, 2019).

2.2.2 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Fionita & Fitra, 2021). Tingkat pertumbuhan penjualan dapat memberikan gambaran terkait dengan laba yang juga mengalami peningkatan sehingga terbentuk pola pikir manajer tentang berbagai cara dalam mengoptimalkan hasil. Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Pertumbuhan ini mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan (Arianti & Yatiningrum, 2022). Ketika penjualan meningkat, hal ini diharapkan menjadi keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi.

2.2.3 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan Perusahaan merupakan perubahan dalam total aset perusahaan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan perusahaan didefinisikan sebagai perbandingan antara total aset yang dimiliki perusahaan saat ini dengan total aset pada tahun sebelumnya (Silalahi & Sihotang, 2021). Pertumbuhan perusahaan diharapkan oleh banyak pihak, baik di dalam maupun di luar perusahaan, karena pertumbuhan yang baik mencerminkan perkembangan positif (Suwardika & Mustanda, 2017). Ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki elemen-elemen yang menguntungkan,

karena dianggap mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik seiring berjalannya waktu.

Dari sudut pandang investor, perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang positif cenderung menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang menguntungkan. Hal ini berarti bahwa ketika investor menanamkan modal mereka di perusahaan tersebut, mereka bisa mengharapkan imbal hasil yang baik seiring dengan perkembangan yang terjadi. Pertumbuhan yang stabil dan signifikan memberikan keyakinan bahwa investasi yang dilakukan akan memberikan keuntungan yang lebih tinggi di masa depan. Semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin tinggi pula return yang diharapkan oleh para investor. Dengan demikian, perusahaan yang menunjukkan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan menarik minat para investor untuk membeli sahamnya (Olii et al., 2021).

2.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merujuk pada skala besar atau kecilnya suatu entitas perusahaan, yang biasanya dilihat dari berbagai indikator, salah satunya adalah total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Meifari, 2023). Ukuran ini sering dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghadapi tantangan bisnis. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya semakin besar pula total asetnya, yang dapat menunjukkan kekuatan finansial dan operasionalnya (Erlinda & Idayati, 2022).

Semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan tersebut untuk mengakses berbagai sumber dana, baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Akses yang lebih mudah ini memberikan kesempatan bagi perusahaan besar untuk memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam pengelolaan sumber daya keuangan, serta kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam waktu yang relatif singkat. Ketika sumber dana tersebut dikelola secara optimal dan mampu memberikan hasil yang memuaskan, hal ini tidak hanya meningkatkan kinerja perusahaan, tetapi juga dapat menarik perhatian calon investor. Minat investasi dari pihak calon investor ini sangat penting, karena dapat mendorong mereka untuk menanamkan modal dalam bentuk saham di perusahaan. Dengan demikian, peningkatan akses terhadap sumber dana dan pengelolaannya yang efektif akan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan (Ramdhonah et al., 2019).

Menurut Dillak & Khairunnisa (2019) menyatakan ukuran perusahaan adalah salah satu faktor penting yang diperhatikan dalam penentuan nilai suatu perusahaan. Ukuran ini mencerminkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan: perusahaan yang lebih besar cenderung lebih menarik bagi investor, karena hal ini dapat berdampak positif pada nilai perusahaan di masa depan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur berdasarkan total aset atau total penjualan bersih yang dapat digunakan untuk kegiatan operasional

2.2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor mengenai tingkat keberhasilan kinerja suatu perusahaan, yang tercermin dalam harga sahamnya (Meifari, 2023). Nilai perusahaan merupakan persepsi yang dimiliki oleh pasar, yang berasal dari investor mengenai kondisi perusahaan. Persepsi ini tercermin dalam nilai pasar saham perusahaan, yang dapat digunakan sebagai ukuran dari nilai perusahaan itu sendiri (Irawan & Kusuma, 2019). Nilai perusahaan ditentukan oleh nilai saham yang beredar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Ramdhonah et al., 2019).

Nilai perusahaan dapat disimpulkan sebagai nilai pasar, yang juga terkait dengan harga saham di pasar modal. Jika nilai perusahaan tinggi, maka harga sahamnya cenderung juga akan tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi adalah harapan setiap pemilik, karena hal ini mencerminkan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham (Erlinda & Idayati, 2022). Nilai perusahaan yang tinggi dapat membuat investor percaya akan kinerja perusahaan baik pada saat ini maupun pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga banyak investor yang akan mempercayakan investasinya pada perusahaan tersebut.

2.3 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian sebelumnya menjadi acuan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian ini. Dengan demikian, peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian sebelumnya, peneliti tidak menemukan penelitian lain dengan judul yang sama seperti judul penelitian

ini. Namun, peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi untuk memperkaya bahan kajian dalam penelitian ini. Berikut adalah beberapa jurnal terkait dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Variabel	Sampel	Hasil
1	(Mentari & Idayati, 2021)	Independen: Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Dan Kebijakan Hutang Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019.	1. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. profitabilitas berpengaruh positif terhadap persusahaan. 3. kebijakan hutang berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
2	(Sari & Wulandari, 2021)	Independen: Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kebijakan Dividen Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.	1. kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai. 3. Kebijakan dividen memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
3	(Setiawan & Venona, 2023)	Independen: Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Kepemilikan Manajerial,	Perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI periode Februari 2022 - Juli 2022.	1. profitabilitas serta kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. pertumbuhan penjualan serta

		Kepemilikan Publik Dependen: Nilai Perusahaan		kepemilikan publik tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
4	(Fajriah et al., 2022)	Independen: Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2019,	1. pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, 2. pertumbuhan perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, 3. ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	(Arianti & Yatiningrum, 2022)	Independen: Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.	1. secara parsial menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, 2. pertumbuhan penjualan berpengaruh secara positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan 3. keputusan investasi berpengaruh secara positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
6	(Elisa & Amanah, 2021)	Independen: Kinerja Keuangan, Ukuran	Perusahaan food and beverages yang terdaftar	1. Variabel return on equity, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan

		Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Dependen: Nilai Perusahaan	di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2019.	Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, 2. Variabel current ratio, debt to equity ratio, dan total asset turnover tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
7	(Husna & Rahayu, 2020)	Independen: Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Dividen, Dan Profitabilitas Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan property and real estate di BEI dari tahun 2016 sampai 2018.	1. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
8	(Ramdhonah et al., 2019)	Independen: Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017	1. Struktur modal secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan secara parsial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. 3. Pertumbuhan perusahaan secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 4. Profitabilitas secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

9	(Aeni & Asyik, 2019)	Independen: Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam sub sektor industri food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2017.	1. profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 3. struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. 4. ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	(Muharramah & Hakim, 2021)	Independen: Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan sektor Property, Real Estate, dan Konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019.	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 2. Leverage (DER) berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. 3. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
11	(Hidayat & Khotimah, 2022)	Independen: Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2018-2020.	1. profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
12	(Bita et al., 2021)	Independen: Profitabilitas Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan	properti dan real estate yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.	1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan

		Dependen: Nilai Perusahaan		terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
--	--	---	--	--

2.4 HIPOTESIS PENELITIAN

2.4.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan

Manajer berperan sebagai agen yang diberi tugas oleh pemegang saham, yang bertindak sebagai prinsipal, untuk mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Tugas ini sangat penting, karena nilai perusahaan yang semakin tinggi mencerminkan keberhasilan dalam pengelolaan dan kinerja perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, kesejahteraan para pemegang saham juga terjaga dan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa manajer memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil selaras dengan kepentingan pemegang saham, sehingga keduanya dapat meraih keuntungan Bersama (Sari & Wulandari, 2021).

Kepemilikan manajerial dianggap sebagai faktor yang efektif dalam menyelaraskan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa manajer menjalankan dua peran sekaligus, sebagai pengelola perusahaan dan sebagai pemegang saham. Dalam kapasitasnya sebagai manajer, ia dituntut untuk berusaha meningkatkan kinerja perusahaan, yang mencakup pengambilan keputusan yang bijak dan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Ketika nilai perusahaan meningkat, hal ini tidak hanya menguntungkan pemegang saham, tetapi juga memberikan dampak positif

pada kemakmuran manajer itu sendiri sebagai pemilik saham. Dengan kata lain, keberhasilan perusahaan akan langsung berkontribusi pada kesejahteraan finansial manajer (Purba & Effendi, 2019). Oleh karena itu, kepemilikan manajerial berperan penting dalam meminimalkan potensi masalah agensi, di mana kepentingan manajer dan pemegang saham dapat bertentangan. Dengan adanya sinergi ini, diharapkan manajer akan lebih termotivasi untuk membuat keputusan yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat (Mentari & Idayati, 2021).

Teori sinyal merupakan suatu teori yang menjelaskan bagaimana anggota manajemen perusahaan memberikan sinyal kepada pasar untuk mengurangi ketidaksetaraan informasi antara investor dan manajemen (Spence, 1973). Berdasarkan Teori Sinyal, kepemilikan manajerial menjalankan peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui pengurangan asimetri informasi dan peningkatan kepercayaan investor. Kepemilikan saham oleh manajemen berperan sebagai sinyal kepada investor bahwa manajemen percaya pada potensi masa depan perusahaan. Ini dapat menarik lebih banyak investasi dan memperbaiki reputasi perusahaan di pasar, sehingga berdampak positif pada harga saham dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Dengan memberikan sinyal positif kepada pasar, kepemilikan manajerial dapat membantu menyelaraskan tujuan antara manajemen dan pemegang saham, sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan (Chandra & Hastuti, 2022).

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Mentari & Idayati (2021) dan D. M. Sari & Wulandari (2021) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian sejalan

juga telah dilakukan Setiawan & Venona (2023) yang menyatakan serta kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

H1 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat memberikan dampak yang sangat positif bagi keuntungan perusahaan. Ketika terjadi peningkatan dalam pertumbuhan penjualan, perusahaan akan mengalami kenaikan dalam keuntungan yang diperoleh. Kondisi ini tentunya menarik perhatian para investor, yang melihat potensi keuntungan yang lebih besar dan cenderung ingin berinvestasi di perusahaan tersebut (Elisa & Amanah, 2021). Selain itu, meningkatnya keinginan investor untuk berinvestasi di perusahaan dapat menyebabkan harga saham naik. Kenaikan harga saham ini tidak hanya mencerminkan kepercayaan pasar, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan yang baik dapat menciptakan siklus positif yang menguntungkan semua pihak terkait (Elisa & Amanah, 2021).

Berdasarkan teori sinyal yang menjelaskan tentang bagaimana perusahaan memberikan informasi kepada pasar agar tidak terjadi asimetris informasi antara manajemen dan investor, pertumbuhan penjualan dapat memberikan informasi yang penting dalam menunjukkan keberhasilan investasi di masa lalu dan berfungsi

sebagai alat prediksi untuk pertumbuhan di masa depan. Pertumbuhan penjualan tidak hanya mencerminkan performa perusahaan, tetapi juga berfungsi sebagai indikator permintaan dan daya saing dalam industri tertentu. Laju pertumbuhan perusahaan memiliki dampak langsung pada nilai perusahaan, ketika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang sehat dan mampu menarik minat investor (Ekadjaja & Dewi, 2020). Di sisi lain, jika pertumbuhan penjualan menunjukkan penurunan, ini dapat diartikan sebagai tanda adanya kejenuhan pasar, yang menandakan bahwa perusahaan mungkin menghadapi tantangan dan berada dalam kondisi yang kurang baik. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan menjadi elemen kunci dalam menilai kesehatan dan prospek perusahaan di pasar.

Hasil penelitian dari Fajriah et al., (2022) dan Arianti & Yatinigrum (2022) menyatakan hal yang sama dengan Elisa & Amanah (2021) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang disajikan sebagai berikut :

H2 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.4.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merujuk pada perubahan dalam total aset perusahaan, baik yang meningkat maupun menurun, yang menunjukkan apakah perusahaan sedang mengalami perkembangan atau tidak. Selain itu, pertumbuhan perusahaan juga dapat dianggap sebagai indikator keberhasilan perusahaan secara

keseluruhan (Husna & Rahayu, 2020). Informasi yang disampaikan oleh perusahaan mengenai pertumbuhan akan mendapat tanggapan positif dari para investor. Dari sudut pandang investor, tingkat pertumbuhan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki elemen-elemen yang menguntungkan dan prospektif. Hal ini menciptakan ketertarikan di kalangan investor untuk melakukan investasi, karena mereka melihat potensi keuntungan yang lebih besar. Ketertarikan tersebut dapat berdampak signifikan, mendorong kenaikan harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham ini, pada gilirannya, akan meningkatkan nilai Perusahaan dan menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat (Pramudia & Fuadati, 2020).

Berdasarkan teori sinyal, pertumbuhan perusahaan dapat menunjukan informasi terkait peningkatan aset perusahaan dari tahun ke tahun. Ketika perusahaan menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, baik dalam hal pendapatan, aset, atau laba, hal ini berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor. Pertumbuhan yang kuat menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya secara efektif dan memiliki prospek yang baik untuk masa depan. Ketika investor menerima sinyal positif dari pertumbuhan perusahaan, mereka cenderung meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan tersebut. Hal ini dapat menyebabkan kenaikan harga saham, yang merupakan indikator penting dari nilai perusahaan (Kelana & Amanah, 2020).

Hasil penelitian dari Ramdhonah et al., (2019) dan Husna & Rahayu (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Aeni & Asyik,

(2019) yang menyatakan pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang disajikan sebagai berikut :

H3 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.4.4 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan mengacu pada seberapa besar atau kecil suatu entitas bisnis, yang biasanya diukur melalui berbagai indikator, salah satunya adalah total aset yang dimiliki. Ukuran ini sering kali dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghadapi tantangan di dunia bisnis. Ukuran perusahaan dapat diukur dari seberapa baik perusahaan mengelola asetnya. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar seringkali menarik perhatian lebih dari para investor, karena mereka dianggap memiliki kondisi yang lebih baik dan lebih stabil (Yulimtinan & Atiningsih, 2021). Ketertarikan ini muncul karena perusahaan besar biasanya memiliki sumber daya yang lebih melimpah dan kemampuan untuk menghadapi tantangan pasar dengan lebih efektif. Selain itu, investor cenderung melihat perusahaan besar sebagai entitas yang lebih mampu melakukan inovasi dan ekspansi, yang dapat meningkatkan potensi keuntungan di masa depan (Aziz & Widati, 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan dengan ukuran besar cenderung memiliki nilai yang tinggi, karena perusahaan besar biasanya lebih berani untuk melakukan investasi baru terkait ekspansi, bahkan sebelum semua kewajiban atau utang mereka terbayar (Pramudia & Fuadati, 2020).

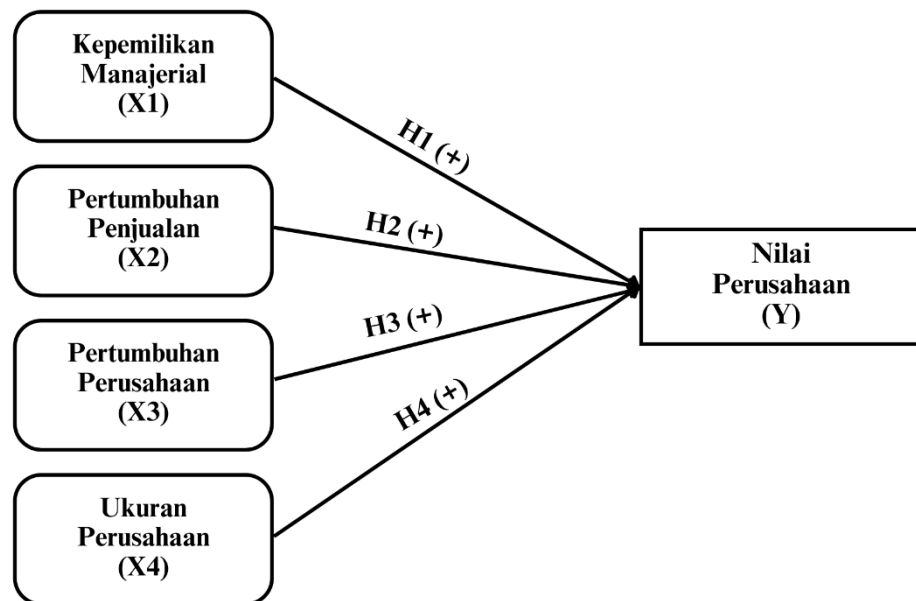
Sejalan dengan teori sinyal, ukuran perusahaan mampu memberikan informasi perusahaan. ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon sinyal positif karena mampu untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Semakin besar ukuran perusahaan akan semakin mudah pula perusahaan untuk dipercaya oleh kreditur dalam memperoleh dana dari pasar modal dan adanya kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Jika investor berinvestasi besar, maka harga saham akan meningkat sehingga berdampak terhadap nilai perusahaan (Yulimtinan & Atiningsih, 2021).

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah (2022) dan Muharramah & Hakim (2021) menyatakan ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Bitu et al., (2021) yang menyatakan bahwa ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang disajikan sebagai berikut :

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan

2.5 KERANGKA PENELITIAN

Berdasarkan pengembangan hipotesis yang telah disajikan, maka dapat disimpulkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat dalam gambar kerangka berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 JENIS PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena jenis data yang diperoleh berupa angka, seperti laporan keuangan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan dalam ilmu sosial dan disiplin ilmu lainnya yang mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data menggunakan metode statistik. Fokus utamanya adalah pada pengukuran dan angka untuk memahami hubungan antara variabel. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur fenomena dunia nyata dalam bentuk data numerik, mengidentifikasi pola, hubungan sebab-akibat, dan tren. Karakteristik utama penelitian kuantitatif adalah penggunaan instrumen pengukuran standar, seperti kuesioner dan survei, yang dirancang untuk menghasilkan data yang konsisten dan dapat diandalkan (Sugiyono, 2013).

3.2 POPULASI DAN SAMPEL

3.2.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai sekumpulan individu, objek, atau peristiwa yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang akan diteliti (Sugiyono, 2013). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2023. Alasan penggunaan karena perusahaan sektor energi memiliki peran penting dalam pasokan kebutuhan mendasar secara global. Selain itu karena adanya fluktuasi pada IHSG sektor energi

yang sangat signifikan pada tahun 2019-2023. Sedangkan untuk pemilihan periode 2019-2023 karena data tersebut merupakan data terbaru perusahaan yang mana dapat menggambarkan keadaan perusahaan ke masa yang akan datang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang akan diteliti, dan representativitas sampel sangat penting untuk menggeneralisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih besar (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan purposive sampling yaitu peneliti menetapkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat nilai yang representative. Adapun kriteria penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Kriteria Sampel

No	Keterangan
1	Perusahaan sektor energi yang menerbitkan <i>annual report</i> berturut-turut periode 2019 – 2023.
2	Perusahaan yang menyediakan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan variabel yang diteliti.

3.3 JENIS DAN SUMBER DATA

3.3.1 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder yaitu sumber data yang tidak secara langsung disediakan kepada pengumpul data, melainkan diperoleh melalui pihak ketiga atau dokumen (Sugiyono, 2013). Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data laporan tahunan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2023.

3.3.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2023 dan diperoleh dari www.idx.co.id serta website perusahaan yang terpilih sebagai sampel penelitian.

3.4 METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan sumber-sumber data sekunder yang relevan dengan masalah penelitian (Sugiyono, 2013). Dokumen yang digunakan oleh peneliti adalah data laporan tahunan perusahaan dan yang berasal dari www.idx.co.id tahun 2019 – 2023.

3.5 VARIABEL DAN INDIKATOR

Variabel adalah segala sesuatu yang dapat diukur, dihitung, atau diamati dan memiliki nilai yang dapat berubah-ubah. Indikator adalah ukuran atau alat yang digunakan untuk mengamati dan mengukur variabel. Variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel
I. Variabel Independen		
Kepemilikan Manajerial (X1)	Kepemilikan manajerial adalah kondisi di mana manajer suatu perusahaan memiliki saham dalam perusahaan tersebut, yang berarti mereka juga bertindak sebagai pemegang saham (Suastini et al., 2016).	$KM = \frac{\text{Jumlah kepemilikan saham manajemen}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$ (Mentari & Idayati, 2021)
Pertumbuhan Penjualan (X2)	Pertumbuhan penjualan merupakan kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu (Fionita & Fitra, 2021).	$\text{Sales Growth} = \frac{St - St_{-1}}{St_{-1}} \times 100\%$ (Harahap, 2011) Keterangan : St = penjualan pada tahun ke t St-1 = Penjualan pada tahun sebelumnya
Pertumbuhan Perusahaan (X3)	Pertumbuhan Perusahaan merupakan perubahan dalam total aset perusahaan dari waktu ke waktu (Fajriah et al., 2022).	$\text{Growth} = \frac{TA - TAt_{-1}}{TAt_{-1}} \times 100\%$ (Silalahi & Sihotang, 2021) Keterangan: TA = Pertumbuhan aset pada tahun ke t TAt-1 = Pertumbuhan aset pada periode sebelumnya
Ukuran Perusahaan (X4)	Ukuran perusahaan merujuk pada skala besar atau kecilnya suatu entitas perusahaan, yang biasanya dilihat dari berbagai	$\text{Ukuran Perusahaan (Size)} = LN(\text{total asset})$ (Meifari, 2023)

	indikator, salah satunya adalah total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Meifari, 2023).	
II. Variabel Dependen		
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah persepsi investor mengenai tingkat keberhasilan kinerja suatu perusahaan, yang tercermin dalam harga sahamnya (Meifari, 2023).	$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$ (Ekadjaja & Dewi, 2020)

3.6 TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data merupakan pendekatan menyeluruh yang melibatkan serangkaian langkah terstruktur untuk mengolah dan memahami data penelitian dengan efektif (Sugiyono, 2013). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan, menyajikan, meringkas data yang memberikan Gambaran tanpa perlu digeneralisasi (Sugiyono, 2013). Teknik ini akan memberikan pandangan awal mengenai setiap variabel dalam penelitian. Dalam pandangan tersebut, setiap variabel dapat dianalisis melalui rata-rata, nilai tertinggi, nilai terendah, dan deviasi standar (Sahir, 2022).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Ketentuan dari uji normalitas ialah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,5$ maka, hipotesis diterima karena data dianggap terdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,5$ maka, hipotesis ditolak karena data dianggap tidak terdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan metode yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam sebuah model regresi (Ghozali, 2021). Uji multikolinearitas menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Adapun ketentuan dari Uji Multikolinearitas sebagai berikut :

- Apabila nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinearitas.
- Apabila nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan prosedur yang digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah varians residual

bervariasi antara pengamatan (Ghozali, 2021). Jika varians residual konsisten di seluruh pengamatan, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika variansnya tidak konsisten dan bervariasi, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki heteroskedastisitas, karena hal ini dapat memengaruhi validitas hasil analisis. Adapun dasar dari analisis ini, yaitu :

- Jika nilai signifikansi variabel $> 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi variabel $< 0,05$ artinya terjadi gejala heteroskedastisitas

d) Uji autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan metode yang digunakan untuk menguji adanya hubungan antara kesalahan pengganggu (residual) yang terjadi pada suatu periode waktu tertentu dengan kesalahan pengganggu yang terjadi pada periode sebelumnya dalam konteks model regresi linear (Ghozali, 2021). Dengan cara ini, kita dapat mengevaluasi apakah ada pola atau ketergantungan dalam kesalahan yang dapat memengaruhi keakuratan model yang dibangun. uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- $0 < d < d_l$ = hipotesis nol ditolak yang berarti ada autokorelasi positif

- $d_l \leq d \leq d_u$ = hipotesis nol no decision maka tidak ada autokorelasi positif
- $d_l < d < 4 - d_u$ = hipotesis nol ditolak yang berarti ada autokorelasi negative
- $d_u \leq d \leq 4 - d_l$ = hipotesis nol no decision maka tidak ada autokorelasi negative
- $d_u < d < 4 - d_l$ = hipotesis nol diterima maka tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode statistik yang dirancang untuk mengeksplorasi dan memahami hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Sahir, 2022). Menurut Ghozali, metode ini tidak hanya bertujuan untuk menguji pengaruh keseluruhan dari variabel independen terhadap variabel dependen, tetapi juga untuk mengukur kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Selain itu, regresi linear berganda memungkinkan peneliti untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan kombinasi nilai dari variabel-variabel independen tersebut, sehingga memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai pola dan tren dalam data (Ghozali, 2021). Adapun model regresi yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y : Nilai Perusahaan
- a : Konstanta
- b : Koefisien reggresi masing-masing variabel independen
- X1 : Kepemilikan Manajerial
- X2 : Pertumbuhan Penjualan
- X3 : Pertumbuhan Perusahaan
- X4 : Ukuran Perusahaan
- e : Standar Error

3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi, yang sering dilambangkan dengan R^2 atau R Square, adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2021). Jika nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil atau mendekati nol, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai mendekati 100%, maka pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen menjadi semakin kuat.

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu klaim atau pernyataan mengenai parameter populasi berdasarkan data yang diambil dari sampel (Sahir, 2022). Dalam analisis regresi linear berganda melibatkan dua jenis pengujian utama: Uji F (Simultan) dan Uji t (Parsial) (Ghozali, 2021).

a) Uji Parsial (Uji T)

Merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen dalam model regresi (Ghozali, 2021). Hipotesis yang digunakan pada pengujian ini adalah :

- H_0 : Variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen
- H_1 : Variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan Keputusan :

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengevaluasi signifikansi secara bersamaan dari semua variabel independen dalam model regresi. Tujuan dari uji F adalah untuk menentukan apakah semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Uji ini juga dikenal sebagai uji signifikansi simultan (Ghozali, 2021). Hipotesis yang digunakan pada pengujian ini adalah :

- H0 : Variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya
- H1 : Variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara Bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Kriteria pengujian sebagai berikut:

- jika signifikansi $> 0,05$ maka H0 diterima
- Jika signifikansi $< 0,05$ maka H0 ditolak.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHSAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari perusahaan *energy* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Dengan penerapan teknik *purposive sampling* untuk pengumpulan sampel, diperoleh hasil sampel sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Pengambilan Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah Sampel
1	Perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode tahun 2019-2023.	83
2	Perusahaan sektor energi yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> berturut-turut periode 2019 – 2023.	(26)
3	Perusahaan yang tidak menyediakan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan variabel yang diteliti.	(30)
	Total	27
	Sampel yang digunakan (27x5 tahun)	135

Sumber: Data yang di olah (2025)

Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia perusahaan sektor energi yang tercatat tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 sebanyak 83 sampel. Kemudian, sesuai dengan data yang disajikan pada table 4.1 terjadi pengurangan sebanyak 26 sampel dari perusahaan energi yang tidak menerbitkan *annual report* secara berturut- turut dan tercatat di BEI selama periode pengamatan. Selain itu, terdapat

30 sampel yang tidak memiliki data dan informasi yang dibutuhkan terkait variabel yang akan diteliti. Dengan demikian diperoleh sampel akhir penelitian terdiri dari 27 sampel yang memenuhi kriteria dan 135 sampel yang digunakan selama 5 tahun.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Dalam analisis statistik deskriptif ini, disajikan gambaran umum mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi dari data yang digunakan. Variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, ukuran Perusahaan, serta nilai perusahaan.

Tabel 4. 2Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepemilikan Manajerial	135	.000	.675	.09305	.169294
Pertumbuhan Penjualan	135	-.817	11.198	.26830	1.083386
Pertumbuhan Perusahaan	135	-.789	9.628	.14487	.871916
Ukuran Perusahaan	135	25.659	32.938	29.50904	1.797487
Nilai Perusahaan	135	.217	22.302	1.81898	2.980801
Valid N (listwise)	135				

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan hasil analisis uji statistik deskriptif diatas dapat dipaparkan sebagai berikut:

1) Kepemilikan Manajerial

Memiliki nilai minimum 0.000 yang diperoleh dari perusahaan Harum Energy Tbk pada tahun 2019. Sedangkan nilai maximum sebesar 0,675 yang diperoleh dari perusahaan Bayan Resources Tbk (2023). Nilai rata-rata sebesar 0,09305 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,169294. Dengan nilai standar deviasi yang lebih tinggi dari rata-rata menunjukkan data menyebar tidak merata dan ada kemungkinan terjadinya penyimpangan data.

2) Pertumbuhan Penjualan

Nilai minimum yang tercatat adalah -0,817, yang dihasilkan oleh perusahaan Ratu Prabu Energi Tbk pada tahun 2021. Di sisi lain, nilai tertinggi mencapai 11,198, yang diperoleh dari perusahaan yang sama pada tahun 2022. Rata-rata nilai yang dihitung adalah 0,26830, sedangkan standar deviasi mencapai 1,083386. Ketika standar deviasi lebih tinggi daripada rata-rata, ini menunjukkan bahwa distribusi data tidak merata. Hal ini juga mengindikasikan adanya kemungkinan penyimpangan yang signifikan dalam data.

3) Pertumbuhan Perusahaan

Memiliki nilai minimum -0,789 yang dihasilkan dari perusahaan ABM Investama Tbk pada tahun 2022. Sedangkan nilai maksimum sebesar 9,628 diperoleh dari perusahaan ABM Investama Tbk pada tahun 2023. Dan nilai rata-rata sebesar 0,14487 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,871916. Nilai standar deviasi yang lebih tinggi daripada rata-rata menunjukkan bahwa data

tersebar tidak merata dan ada kemungkinan terjadinya penyimpangan dalam data.

4) Ukuran Perusahaan

Nilai terendah yang tercatat adalah 25,659, yang diperoleh oleh perusahaan Mitra Energi Persada Tbk pada tahun 2021. Di sisi lain, nilai tertinggi mencapai 32,938, yang dihasilkan oleh perusahaan Golden Energy Mines Tbk. Rata-rata nilai yang dihitung adalah 29,50904, dengan standar deviasi sebesar 1,797487. Ketika standar deviasi lebih rendah daripada rata-rata, ini menunjukkan bahwa data tersebar secara merata. Oleh karena itu, kemungkinan terjadinya penyimpangan dalam data tersebut cenderung rendah, yang menandakan stabilitas dalam kinerja data yang dianalisis.

5) Nilai Perusahaan

Nilai minimum yang tercatat adalah 0,217, yang dihasilkan oleh perusahaan Soechi Lines Tbk pada tahun 2022. Di sisi lain, nilai tertinggi mencapai 22,302, yang diperoleh dari perusahaan Bayan Resources Tbk pada tahun 2022. Rata-rata nilai yang dihitung adalah 1,81898, sedangkan standar deviasi mencapai 2.980801. Ketika standar deviasi lebih tinggi daripada rata-rata, ini menunjukkan bahwa distribusi data tidak merata. Hal ini juga mengindikasikan adanya kemungkinan penyimpangan yang signifikan dalam data.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini pengujian untuk uji asumsi klasik menggunakan beberapa metode pengujian yang terdiri uji normalitas, uji multikolinearitas, uji

heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang akan digunakan memenuhi kriteria asumsi klasik atau belum, serta memberikan pilihan terhadap analisis data jika terjadi permasalahan pada uji lainnya, maka dari itu perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu atas sampel data yang digunakan dalam penelitian sebelum dilakukan pengujian pada tahap selanjutnya agar dapat melakukan uji hipotesis pada tahap selanjutnya.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan analisis statistik *Kolmogorov-Smirnov* pada residual persamaan dengan kriteria pengujian adalah jika probability value $\geq 0,05$ maka data terdistribusi normal dan jika probability value $< 0,05$ maka data terdistribusi tidak normal. Pada penelitian ini, dilakukan penyembuhan uji normalitas dikarenakan data berdistribusi tidak normal. Dengan menggunakan metode box plot, data penelitian akan berkurang (outlier) karena adanya data ekstrem yang memengaruhi penelitian. Oleh karena itu, pada penelitian ini dilakukan dua kali outlier agar data berdistribusi normal sehingga data sampel yang semula 135 data menjadi 82 data. Artinya, terdapat 53 data ekstrem yang menyebabkan data tidak normal. Adapun hasil dari uji normalitas menggunakan Kolmogorov-smirnov sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		135
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74566950
Most Extreme Differences	Absolute	.245
	Positive	.245
	Negative	-.192
Test Statistic		.245
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.000 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.000
	Upper Bound	.000

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Setelah dilakukan uji normalitas yang menunjukkan hasil berdistribusi tidak normal atau nilai signifikansinya 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Untuk itu, dilakukan penghilangan data outlier yang pertama dengan metode box plot. Adapun hasil outlier yang pertama sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas Outlier Pertama

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.62567461
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.159
	Negative	-.129

Test Statistic			.159
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.012 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.009
		Upper Bound	.015

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan table diatas hasil uji normalitas menunjukan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 beratri data belum berdistribusi secara normal. Untuk itu dilakukan penghitungan data Kembali yang kedua dengan metode box plot. Adapun hasil pengujian uji normalitas kedua ini sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas Outlier Kedua

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.32780420
Most Extreme Differences	Absolute		.070
	Positive		.070
	Negative		-.065
Test Statistic			.070
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.784 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.773
		Upper Bound	.795

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji normalitas setelah dilakukan outlier yang kedua dengan metode box plot didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang

berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data ini berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Cara yang digunakan pada pengujian adalah dengan melihat dari nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Data dikatakan apabila ketentuan nilai tolerance > 0.10 dengan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka dapat diartikan bahwa tidak terdeteksi adanya multikolinieritas antar variabel independent begitupun sebaliknya. Hasil dari uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.391	.735		.533	.596		
	X1	-1.518	.846	-.188	-1.794	.077	.962	1.039
	X2	-.211	.133	-.232	-1.588	.116	.495	2.020
	X3	1.034	.324	.471	3.193	.002	.485	2.061
	X4	.017	.025	.069	.668	.506	.975	1.026
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: data diolah SPSS 2025

Ket: X1 = Kepemilikan Manajerial
 X2 = Pertumbuhan Penjualan
 X3 = Pertumbuhan Perusahaan
 X4 = Ukuran Perusahaan
 Y = Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa dalam model pertama menunjukkan nilai tolerance $> 0,10$ dan memiliki nilai VIF < 10 . Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai tolerance Kepemilikan Manajerial sebesar 0,962 dan nilai VIF sebesar 1.039, Pertumbuhan Penjualan dengan nilai tolerance sebesar 0,495 dan nilai VIF sebesar 2,020, Pertumbuhan Perusahaan dengan nilai tolerance 0,485 dan nilai VIF sebesar 2,061, dan Ukuran Perusahaan dengan nilai tolerance sebesar 0,975 dan nilai VIF sebesar 1,026. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari gejala multikolinieritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi mengandung hubungan atau penyimpangan variance dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji statistik yaitu dengan menggunakan uji glejser yang mana akan mengetahui apakah ada terjadinya masalah heteroskedastisitas atau tidak. Analisis uji glejser dapat dikatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas apabila nilai. Signifikansi < 0.05 maka dapat diartikan terjadinya gejala heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas yang menggunakan uji glejser, yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.952	.382		2.495	.015
	X1	.190	.440	.048	.432	.667
	X2	-.052	.069	-.118	-.759	.450
	X3	-.118	.168	-.109	-.699	.487
	X4	-.023	.013	-.195	-1.771	.081

a. Dependent Variable: ABS_RES4

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Keterangan:

X1 = Kepemilikan Manajerial

X2 = Pertumbuhan Penjualan

X3 = Pertumbuhan Perusahaan

X4 = Ukuran Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.7 diatas maka dapat diketahui bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikansinya $> 0,05$. Hal ini mengandung arti bahwa model regresi tidak terjadi heterokedastisitas dan layak digunakan untuk penelitian.

d) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan metode yang digunakan untuk menguji adanya hubungan antara kesalahan pengganggu (residual) yang terjadi pada suatu periode waktu tertentu dengan kesalahan pengganggu yang terjadi pada periode sebelumnya dalam konteks model regresi linear (Ghozali, 2021). Dengan cara ini, kita dapat mengevaluasi apakah ada pola atau ketergantungan dalam kesalahan

yang dapat memengaruhi keakuratan model yang dibangun. Adapun uji autokorelasi dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi Sebelum Cochrane Orcutt

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.434 ^a	.188	.146	.33621	1.154
a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Keterangan:

X1 = Kepemilikan Manajerial

X2 = Pertumbuhan Penjualan

X3 = Pertumbuhan Perusahaan

X4 = Ukuran Perusahaan

Y = Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa durbin watson memiliki nilai sebesar 1,154, Dimana $d_U(1,7446) > d(1,154) < 4-d_U(2,554)$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil uji autokorelasi tidak memenuhi kriteria Keputusan dan terjadi gejala autokorelasi. Oleh karena itu, dilakukan penyembuhan dengan cara transformasi data dari variabel X1 menjadi LAG_X1, variabel X2 menjadi LAG_X2, variabel X3 menjadi LAG_X3, variabel X4 menjadi LAG_X4, dan variabel Y menjadi LAG_Y. Dengan menggunakan rumus $= X(n) - (0,418 \times \text{LAG}(X_n))$ sehingga bisa didapatkan nilai durbin watson yang baru. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi Sesudah Cochrane Orcutt

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.409 ^a	.168	.124	.30348	2.076
a. Predictors: (Constant), LAG_X4, LAG_X3, LAG_X1, LAG_X2					
b. Dependent Variable: LAG_Y					

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Keterangan:

X1 = Kepemilikan Manajerial

X2 = Pertumbuhan Penjualan

X3 = Pertumbuhan Perusahaan

X4 = Ukuran Perusahaan

Y = Nilai Perusahaan

LAG_Y = Nilai Perusahaan Sesudah Penyembuhan

Berdasarkan data pada tabel 4.9 diatas, didapatkan nilai durbin watson sebesar 1,920 setelah dilakukan penyembuhan. Nilai $d_U (1,7446) < d (2,076) < 4-d_U (2,554)$. Sehingga dapat disimpulkan data penelitian ini tidak terjadi gejala autokorelasi.

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengujian untuk menguji pengaruh dari dua variabel independent atau lebih terhadap variabel dependen. Hasil dari uji regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.262	.567	
	LAG_X1	-1.607	.975	-.178
	LAG_X2	-.252	.110	-.351
	LAG_X3	.912	.289	.491
	LAG_X4	.015	.033	.048
a. Dependent Variable: LAG_Y				

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Dari tabel 4.10 diatas maka didapatkan model persamaan regresi akhir sebagai berikut:

$$Y = 0,262 + (-1,607) X1 + (-0,252) X2 + 0,912 X3 + (-0,015) X4 + e$$

Keterangan:

X1 = Kepemilikan Manajerial

X2 = Pertumbuhan Penjualan

X3 = Pertumbuhan Perusahaan

X4 = Ukuran Perusahaan

Y = Nilai Perusahaan

e = Error

1. Nilai konstanta dari data tabel 4.10 sebesar +0,262 yang artinya nilai kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan dianggap bernilai 0. Maka nilai Perusahaan akan berniali 0,262.

2. Nilai koefisien kepemilikan manajerial (X_1) adalah sebesar -1,607 bernilai negatif. Dari hasil tersebut berarti dapat dikatakan semakin tinggi nilai kepemilikan manajerial (X_1) maka nilai perusahaan semakin menurun.
3. Nilai koefisien pertumbuhan penjualan (X_2) adalah sebesar -0,252 bernilai negatif. Dari hasil tersebut berarti dapat dikatakan semakin tinggi nilai pertumbuhan penjualan (X_2) diungkapkan perusahaan maka nilai perusahaan semakin menurun.
4. Nilai koefisien pertumbuhan perusahaan (X_3) bernilai positif sebesar 0,912. Dari hasil tersebut berarti dapat dikatakan semakin tinggi nilai pertumbuhan perusahaan (X_3) maka akan memiliki dampak terhadap tingginya nilai perusahaan.
5. Nilai koefisien ukuran perusahaan (X_4) bernilai positif sebesar 0,015. Dari hasil tersebut berarti dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai ukuran perusahaan (X_4) maka akan mempunyai dampak terhadap tingginya nilai perusahaan.

4.2.4 Koefisiensi Determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variable-variable dependen. Koefisien determinasi dalam model regresi persamaan adalah untuk mengetahui seberapa besar kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dalam menerangkan nilai perusahaan pada perusahaan energi yang terdaftar di BEI. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.409 ^a	.168	.124	.30348
a. Predictors: (Constant), LAG_X4, LAG_X3, LAG_X1, LAG_X2				
b. Dependent Variable: LAG_Y				

Sumber: data diolah SPSS 2025

Keterangan :

LAG X1 = Kepemilikan Manajerial

LAG X2 = Pertumbuhan Penjualan

LAG X3 = Pertumbuhan Perusahaan

LAG X4 = Ukuran Perusahaan

LAG Y = Nilai Perusahaan

Hasil uji koefisiensi determinasi menggunakan nilai adjusted R² sebesar 0,127 yang berarti variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan sebesar 12,7 % . Sedangkan sisanya sebesar 87,3 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi pada penelitian ini. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel independent memberikan pengaruh sebesar 12,7% terhadap variabel dependen.

4.2.5 Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (uji t)

Uji digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara linier antara variable bebas dan variable terikat. Hasil pengujian parsial dibawah mengacu pada hasil analisis regresi berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.262	.567		.463	.645
	LAG_X1	-1.607	.975	-.178	-1.648	.103
	LAG_X2	-.252	.110	-.351	-2.277	.026
	LAG_X3	.912	.289	.491	3.153	.002
	LAG_X4	.015	.033	.048	.450	.654
a. Dependent Variable: LAG_Y						

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Table 4,12 menunjukan nilai t hitung untuk masing- masing variable:

1. Kepemilikan Manjerial

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi kepemilikan manajerial sebesar $0,103 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Dengan demikian H₁ ditolak.

2. Pertumbuhan Penjualan

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel pertumbuhan penjualan sebesar $0,026 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negative terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Dengan demikian H_2 ditolak.

3. Pertumbuhan Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel pertumbuhan perusahaan sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Dengan demikian H_3 diterima.

4. Ukuran perusahaan

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi variabel ukuran perusahaan sebesar $0,654 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Dengan demikian H_4 ditolak.

b) Uji simultan (uji f)

Pengujian ini bertujuan mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian layak digunakan untuk sebagai model pengujian data dan hipotesis yang diajukan. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah apabila Sig. lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa model penelitian layak untuk digunakan sebagai model pengujian dalam penelitian

sebaliknya, apabila Sig. lebih besar dari 0,05 maka model tidak layak untuk digunakan sebagai model pengujian dalam penelitian. Berikut disajikan uji signifikasnsi F dalam penelitian ini :

Tabel 4. 13 Hasil Uji Signifikansi Simultan (f)

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	3.824	.007 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Berdasarkan hasil pengujian menunjukan bahwa hasilnya yaitu nilai F hitung 3,824 dengan probabilitas 0,007. Probabilitas signifikan yang diperoleh menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu kurang dari 0,05 ($0,007 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji pengaruh Kepemilikan Manajerial, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan adalah model yang layak atau fit digunakan dalam penelitian.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar -1,607 dan nilai signifikansi sebesar $0,103 > 0,05$, yang menunjukan bahwa nilai tersebut tidak memenuhi kriteria signifikansi $> 0,05$. Dengan demikian, maka H1 ditolak.

Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam teori sinyal, kepemilikan saham oleh manajer dianggap sebagai sinyal bahwa manajemen percaya terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Namun, dalam hasil ini, sinyal tersebut tampaknya tidak cukup kuat atau tidak dipercaya oleh investor. Hal ini bisa disebabkan oleh konteks perusahaan yang diteliti, di mana kepemilikan manajerial mungkin belum cukup besar untuk mempengaruhi persepsi pasar secara signifikan.

Kepemilikan manajerial tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena berbagai faktor eksternal dan internal lainnya yang lebih dominan dalam menentukan nilai tersebut. Misalnya, kondisi pasar, kinerja operasional, struktur modal, tata kelola perusahaan, serta faktor makroekonomi sering kali memiliki dampak yang lebih besar terhadap persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Selain itu, dalam beberapa kasus, manajer yang memiliki saham belum tentu termotivasi untuk bertindak sejalan dengan kepentingan pemegang saham lainnya, terutama jika kepemilikannya masih tergolong kecil dan tidak cukup untuk mengontrol keputusan strategis perusahaan. Hal ini membuat efek insentif dari kepemilikan manajerial menjadi lemah.

Penelitian ini sejalan dengan Hadiansyah et al., (2022), Nurchomarruddien & Santoso (2018) dan Bagaskara et al., (2021) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Wulandari (2021) membuktikan bahwa secara parsial kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, pertumbuhan penjualan ini memiliki nilai koefisien $-0,252$ dan nilai signifikansi $0,026 (< 0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, peningkatan pertumbuhan penjualan justru menurunkan nilai perusahaan dalam konteks data ini. Dengan demikian H_2 ditolak.

Menurut teori sinyal, perusahaan mengirimkan informasi kepada pasar untuk mengurangi ketidakpastian. Namun, pertumbuhan penjualan yang tidak diiringi oleh indikator keuangan sehat dapat menjadi sinyal negatif atau “sinyal buruk” (*bad signal*) bagi investor. Investor menafsirkan bahwa pertumbuhan penjualan yang agresif tapi tidak diikuti kinerja keuangan yang baik merupakan sinyal bahwa perusahaan mungkin mengalami masalah tersembunyi, sehingga mereka merespon dengan menurunkan valuasi perusahaan.

Meskipun pertumbuhan penjualan biasanya dianggap positif, dalam beberapa kondisi pertumbuhan penjualan yang tinggi bisa memberi sinyal negatif kepada investor. Maka berdampak buruk pada nilai perusahaan, karena pertumbuhan penjualan yang cepat tapi tidak diikuti dengan peningkatan laba. Jika penjualan naik tajam namun margin keuntungan menurun atau bahkan rugi, investor akan menilai bahwa pertumbuhan tersebut tidak sehat atau tidak berkelanjutan. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa perusahaan mungkin membakar uang untuk memperoleh penjualan tanpa efisiensi operasional. Biaya pemasaran dan ekspansi yang berlebihan. Pertumbuhan penjualan yang dipacu

melalui biaya besar (misalnya diskon besar, iklan masif, ekspansi agresif) dapat menjadi sinyal bahwa perusahaan menggunakan strategi berisiko tinggi yang bisa mengurangi profitabilitas dan arus kas di masa depan. Risiko penurunan kualitas produk atau layanan. Peningkatan penjualan secara cepat bisa membuat perusahaan sulit menjaga kualitas, sehingga berpotensi merusak reputasi dan kepercayaan pelanggan. Investor bisa melihat ini sebagai sinyal peringatan yang menurunkan nilai perusahaan. Indikasi adanya masalah likuiditas atau pengelolaan keuangan yang buruk. Kadang-kadang pertumbuhan penjualan tinggi bisa menandakan masalah dalam manajemen persediaan, piutang, atau struktur biaya yang tidak sehat, yang akhirnya mempengaruhi kesehatan finansial perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan Kusumaningrum et al., (2022), Manurung et al., (2024) dan Herwinna & Iswara (2024) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arianti & Yatinigrum (2022) yang membuktikan bahwa secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.3 Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, pertumbuhan perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,912 dengan nilai signifikansi 0,002, yang menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka

semakin besar pula nilai perusahaan yang dihasilkan. Dengan demikian H3 diterima.

Dalam teori sinyal, perusahaan mengirimkan informasi kepada pasar untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor. Pertumbuhan yang konsisten dan terukur merupakan sinyal kuat bahwa perusahaan dikelola secara baik dan memiliki masa depan yang cerah. Investor menafsirkan pertumbuhan sebagai sinyal positif mengenai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan arus kas di masa depan. Karena informasi pertumbuhan lebih sulit dimanipulasi (dibandingkan informasi keuangan jangka pendek), maka sinyal ini cenderung lebih dipercaya dan langsung berpengaruh terhadap penilaian pasar terhadap perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperluas operasi, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat posisi pasar. Pertumbuhan yang konsisten menunjukkan prospek masa depan yang positif dan potensi peningkatan arus kas, yang pada akhirnya meningkatkan valuasi perusahaan. Investor cenderung menghargai perusahaan yang tumbuh karena hal ini diasosiasikan dengan efisiensi manajerial, inovasi, serta kemampuan bertahan dalam persaingan. Dalam model penilaian seperti Discounted Cash Flow (DCF), pertumbuhan perusahaan menjadi komponen penting dalam memperkirakan nilai intrinsik perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi potensi pertumbuhan perusahaan, semakin tinggi pula persepsi pasar terhadap nilai perusahaan tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan Husna & Rahayu (2020) , R. O. K. Dewi & Asyik (2021), dan Yusdianto & Aisyah 2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2023) dan M. A. P. Dewi & Candradewi (2018) membuktikan bahwa secara parsial pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, ukuran perusahaan memiliki nilai koefisien 0,015 dengan nilai signifikansi 0,654 ($> 0,05$), artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa skala atau besar kecilnya perusahaan tidak selalu menentukan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Dengan demikian H4 ditolak.

Menurut teori sinyal, informasi yang dikirim oleh perusahaan haruslah relevan dan kredibel untuk memengaruhi persepsi investor. Ukuran perusahaan cenderung menjadi sinyal yang lemah atau ambigu karena tidak secara langsung menggambarkan kualitas manajemen atau potensi laba masa depan. Investor cenderung mengabaikan sinyal yang tidak jelas atau tidak memberikan informasi baru tentang kinerja perusahaan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan sering tidak mempengaruhi nilai pasar secara signifikan karena dianggap bukan sinyal yang kredibel menurut teori sinyal.

Ukuran perusahaan yang besar tidak selalu mencerminkan kinerja keuangan atau prospek yang baik. Perusahaan besar sering kali menghadapi tantangan efisiensi, birokrasi yang kompleks, dan fleksibilitas yang rendah dalam menghadapi perubahan pasar. Selain itu, investor cenderung lebih fokus pada profitabilitas, efisiensi operasional, dan strategi pertumbuhan yang berkelanjutan dibandingkan hanya pada skala atau total aset perusahaan. Nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh ekspektasi arus kas masa depan dan kualitas manajemen, bukan semata-mata oleh ukuran. Oleh karena itu, dalam banyak kasus, ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan Anggraini & Agustiningsih (2022), L. A. Dewi & Praptoyo (2024) dan Kalbuana et al., (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bitu et al., (2021) membuktikan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019 – 2023. Hasil dan Pembahasan penelitian ini telah disajikan di atas dan dapat diambil Kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,103 > 0,05$ dengan koefisien negatif, yang berarti semakin tinggi kepemilikan manajerial tidak serta merta meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa insentif yang diberikan melalui kepemilikan saham manajerial belum cukup kuat untuk memengaruhi persepsi investor terhadap kinerja Perusahaan

2. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai signifikansi sebesar $0,026 < 0,05$ dengan koefisien negatif mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan justru menurunkan nilai perusahaan. Ini bisa disebabkan oleh ketidakefisienan dalam pengelolaan

penjualan atau peningkatan penjualan yang tidak dibarengi dengan profitabilitas yang memadai

3. Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan aset dan ukuran fisik perusahaan secara umum meningkatkan nilai perusahaan di mata investor

4. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,654 > 0,05$, yang berarti ukuran perusahaan tidak menjadi faktor penentu utama bagi investor dalam menilai nilai perusahaan

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Data hanya mencakup perusahaan sektor energi selama periode 2019–2023, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk sektor lainnya.
2. Adanya data ekstrem (outlier) menyebabkan penyusutan sampel dari 135 menjadi 82, yang dapat memengaruhi representativitas sampel.
3. Nilai Adjusted R^2 hanya sebesar 12,4%, menunjukkan bahwa masih banyak faktor lain di luar model yang memengaruhi nilai perusahaan

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan keterbatasan yang telah diuraikan, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi berbagai pihak yang berkepentingan:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan-perusahaan sektor energi disarankan untuk lebih fokus pada pengelolaan strategi pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan dan berkualitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga peningkatan aset yang produktif, ekspansi yang strategis, dan investasi dalam infrastruktur yang mendukung efisiensi operasional harus diprioritaskan. Namun, pertumbuhan penjualan yang ternyata justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan mengindikasikan bahwa peningkatan penjualan belum tentu mencerminkan kinerja keuangan yang baik jika tidak diiringi dengan efisiensi biaya, margin laba yang sehat, serta pengelolaan beban usaha yang optimal. Oleh karena itu, perusahaan juga harus mengevaluasi kembali strategi pemasaran dan penjualannya agar pertumbuhan yang dicapai memberikan dampak positif terhadap profitabilitas dan persepsi investor di pasar modal.

Selain itu, meskipun ukuran perusahaan tidak terbukti signifikan dalam mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini, perusahaan besar tetap perlu menjaga tata kelola perusahaan (*good corporate governance*), transparansi informasi keuangan, serta meningkatkan efisiensi dalam

mengelola sumber daya yang dimiliki, karena faktor-faktor tersebut tetap menjadi pertimbangan penting bagi investor.

2. Bagi Investor

Investor disarankan untuk tidak hanya berfokus pada indikator tunggal seperti pertumbuhan penjualan atau ukuran perusahaan dalam menilai nilai suatu perusahaan, karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua indikator tersebut memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sebaliknya, investor dapat lebih mempertimbangkan pertumbuhan aset perusahaan sebagai salah satu indikator utama, karena terbukti berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penting pula untuk menganalisis rasio profitabilitas, efisiensi operasional, serta struktur permodalan sebagai pelengkap dari analisis fundamental.

Investor juga perlu mencermati kepemilikan manajerial, meskipun dalam penelitian ini hasilnya tidak signifikan, namun dalam praktiknya, kepemilikan oleh manajemen tetap dapat memberikan sinyal tertentu mengenai keselarasan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Analisis yang lebih holistik dan tidak hanya mengandalkan satu faktor akan memberikan landasan yang lebih kuat dalam mengambil keputusan investasi yang optimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti jumlah sampel yang berkurang karena adanya data outlier serta variabel yang terbatas. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk:

1. Menambahkan variabel lain yang relevan seperti profitabilitas (ROA, ROE), struktur modal, leverage, likuiditas, atau kebijakan dividen untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.
2. Memperluas cakupan penelitian tidak hanya pada sektor energi, tetapi juga sektor lain seperti sektor manufaktur, teknologi, atau sektor keuangan agar dapat dibandingkan kontribusi variabel-variabel terhadap nilai perusahaan di berbagai industri.
3. Menggunakan metode statistik yang lebih canggih seperti *panel data regression*, *path analysis*, atau *structural equation modeling (SEM)* untuk melihat hubungan kausalitas yang lebih kompleks antar variabel.
4. Memperpanjang periode waktu penelitian untuk menangkap tren jangka panjang dan melihat dampak faktor ekonomi makro seperti suku bunga, inflasi, atau kebijakan fiskal terhadap nilai perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N. A. M., & Asyik, N. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 8(7). <https://doi.org/10.24912/jpa.v5i1.22173>
- Anggraini, C., & Agustiningsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 494–512.
- Arianti, B. F., & Yatinigrum, R. (2022). Pengaruh Struktur Modal , Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pendahuluan. 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1845>
- Aziz, M. S. N. H., & 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>
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Bitu, F. Y., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(03), 298–306. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i3.233>
- Chandra, I., & Hastuti, R. T. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(1), 198. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i1.17283>
- Christiani, L., & Herawaty, V. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 1–7. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5824>
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Kajian Ekonomi Dan Akuntansi Terapan*, 1(2), 122–136. <https://doi.org/10.61132/keat.v1i2.149>
- Dewi, M. A. P., & Candradewi, M. R. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. 7(8), 4385–4416.
- 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), 1–20.

Dillak, M. F. F. V. J., & Khairunnisa. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertanian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017). *E-Proceeding of Management*, 6(3), 5793–5799.

Ekadjaja, A., & Dewi, V. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i1.11409>

Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan , Ukuran Perusahaan DanPertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(7), 1–20.

Erlinda, A. D., & Idayati, F. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis (The Indonesian Journal of Management & Accounting)*, 8(2), 133. <https://doi.org/10.55171/jsab.v8i2.592>

Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>

Fionita, Y., & Fitra, H. (2021). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Pertumbuhan Penjualan, dan*. 3(4), 893–907.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. In *Agency* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–99). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadiansyah, R., Cahyaningtyas, S. R., & Waskito, I. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Keoemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 656–670. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i4.353>

Harahap, S. S. (2011). *Analisis kritis atas laporan keuangan* (Ed. 1-10). Jakarta : Rajawali Pres, 2011.

Herwinna, D. K. P., & Iswara, U. S. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(5), 1–19.

Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>

Husna, R., & Rahayu, Y. (2020). *Pengaruh pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan*. 9(1).

- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal AKTUAL*, 17(1), 66–81. <https://doi.org/10.47232/aktual.v17i1.34>
- Kalbuana, N., Yohana, Y., Bp, A. I., & Cahyadi, C. I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2020). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 4(2), 58–66. <https://doi.org/10.34128/jra.v4i2.79>
- Kelana, S. K. P., & Amanah, L. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(1), 27–44. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2762>
- Kusumaningrum, D. A., Hidayati, A. N., & Fuadilah, M. A. (2022). *YUME : Journal of Management Pengaruh Profitabilitas , Struktur Modal , Pertumbuhan Penjualan , Earning Per Share (EPS) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Ind.* 5(2), 123–137. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.454>
- Mandjar, S. L., & Triyani, Y. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Modal Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 55–72. <https://doi.org/10.46806/ja.v8i1.497>
- Manurung, N. P., Hasyim, D., Manajemen, P. S., Manajemen, J., & Medan, U. N. (2024). *Pengaruh Sales Growth Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022.* 3.
- Meifari, V. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 03(03), 269.
- Mentari, B., & Idayati, F. (2021). *Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan.*
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Peosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember.* <https://doi.org/10.61132/keat.v1i2.149>
- Nurchomarruddien, S., & Santoso, B. H. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7, 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1249>
- Olii, N., Solikahan, E. Z., & Ariawan. (2021). *Pertumbuhan Perusahaan dan*

Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. 3(1), 21–34.

Pramudia, N. S., & Fuadati, S. R. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.* 9(7).

Prasetya, E., Indrafana, I., Hasbulla, K., & Ahmad Sani. (2024). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023.* 1607–1622.

Purba, N. M. B., & Effendi, S. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(2), 64–74. <https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1013>

Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1). <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>

Riswandi, P., & Yuniarti, R. (2020). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan. *Pamator Journal*, 13(1), 134–138. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.6953>

SAHIR, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian.*

Salju, tim riset bola. (n.d.). *Sejarah kinerja IHSG 10 tahun terakhir.* <https://www.bolasalju.com/artikel/sejarah-kinerja-ihsg-10-tahun/>

Sari, D. M., & Wulandari, P. P. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 22(1), 1–18.

Sari, V. Z., Akbar, T., & Evasari, A. D. (2023). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Sub Sektor Wadah dan Kemasan.* 1(6).

Setiawan, T., & Venona, V. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Untuk Saham Terindeks Lq 45. *Owner*, 7(2), 1137–1148. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1350>

SILALAH, E. R., & SIHOTANG, V. A. P. (2021). *Perusahaan, Ukuran Nilai, Terhadap Pada, Perusahaan.* 7(2), 153–166.

Spence, M. (1973). Job Market Signaling Author (s): Michael Spence Source : The Quarterly Journal of Economics, Vol . 87, No . 3 (Aug ., 1973), pp . 355-374. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.

Suastini, N. M., Purbawangsa, I. B. A., & Rahyuda, H. (2016). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai

Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1, 143–172.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti*. 6(3), 1248–1277.

www.idx.co.id. (n.d.). *IDXENERGY*. <https://idx.co.id/Media/20221000/fs-idxenergy-2022-08.pdf>

Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). *Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi*. 6(1).

Yusdianto, Y., & Aisyah, N. M. (2022). *Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Terdaftar Di BEI Periode 2015-2020*. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 1–7.

