

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)

Dodi Setiawan¹, Hendri Setyawan^{2*}

^{1,2} Universitas Islam Sultan Agung, Semarang – ¹dodisetia987@gmail.com
– ²hendri@unissula.ac.id

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. 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 R^2) 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.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai entitas ekonomi memiliki tujuan utama bukan hanya untuk memperoleh laba, akan 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. Dimana semakin tinggi nilai jual saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan dan akan berimplikasi langsung juga 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. Lebih lanjut investor juga perlu melihat laporan keuangan. Hal ini dikarenakan dari laporan ini, investor dapat menilai nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham.

Tabel 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 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%. 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 menunjukkan fluktuasi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap sektor energi di Indonesia.



Sumber : www.idx.co.id

Gambar 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 pada 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 adalah kondisi di mana manajer suatu perusahaan memiliki saham dalam perusahaan tersebut, yang berarti mereka juga bertindak sebagai pemegang saham (Suastini et al., 2016). 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. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arianti & Yatiningsrum (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningsrum et al., (2022), yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan sejauh mana sebuah perusahaan memiliki potensi untuk berkembang dan maju di masa depan. 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 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). Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bita 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.

Hipotesis

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

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).

Penelitian yang dilakukan oleh Mentari & Idayati (2021) dan D. M. Sari & Wulandari (2021) Setiawan & Venona (2023) menyatakan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

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). Penelitian yang dilakukan oleh Fajriah et al., (2022) dan Arianti & Yatiningrum (2022)

serta Elisa & Amanah (2021) menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan teori sinyal, pertumbuhan perusahaan dapat menunjukkan informasi terkait peningkatan asset 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).

Penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah et al., (2019), Husna & Rahayu (2020) serta Aeni & Asyik, (2019) menyatakan pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan 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 (Yulimitinan & Atiningsih, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat & Khotimah (2022), Bita et al., (2021) dan Muhammrah & Hakim (2021) menyatakan ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yakni 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 variable (Sugiyono, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur fenomena dunia nyata dalam bentuk data numerik, mengidentifikasi pola, hubungan sebab-akibat, dan tren. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2023. 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:

1. Perusahaan sektor energi yang menerbitkan *annual report* berturut-turut periode 2019-2023.
2. Perusahaan yang menyediakan data dan informasi yang diperlukan terkait dengan variabel yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari situs resmi BEI, yang dapat diakses melalui www.idx.co.id, serta dari situs resmi milik perusahaan. Hipotesis diuji dengan memanfaatkan alat analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, serta uji kelayakan model. Adapun persamaan regresi linear berganda yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

- α : Konstanta
 β : Koefisien regresi masing-masing variabel
 independen X1 : Kepemilikan Manajerial
 X2 : Pertumbuhan Penjualan
 X3 : Pertumbuhan
 Perusahaan X4 : Ukuran
 Perusahaan
 ϵ : Standar Eror

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil 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				

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui nilai standar deviasi kepemilikan manajerial lebih tinggi dari mean yakni $0,169294 > 0,09305$ yang menunjukkan terjadi penyimpangan data. Nilai standar deviasi pertumbuhan penjualan lebih tinggi dari mean yakni $1,083386 > 0,26830$ yang menunjukkan terjadi penyimpangan data. Nilai standar deviasi pertumbuhan perusahaan lebih tinggi dari mean yakni $0,871916 > 0,14487$ yang menunjukkan terjadi penyimpangan data. Nilai standar deviasi ukuran perusahaan lebih rendah dari mean yakni $1,797487 < 29,50904$ yang menunjukkan tidak terjadi penyimpangan data. Nilai standar deviasi nilai perusahaan lebih tinggi dari mean yakni $2,980802 > 1,81898$ yang menunjukkan terjadi penyimpangan data.

Hasil Uji Normalitas**Tabel 1 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 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 menunjukkan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 berarti 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 2 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)		.784 ^e
	99% Confidence Interval	.773
		.795
	Upper Bound	.795
	Lower Bound	.773

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. Akibat dari dilakukan outlier ini sendiri adalah pengurangan jumlah sampel Dimana yang semula berjumlah 132 data tersisa hanya 82 data.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 3 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	-	.077	.962	1.03
					1.794			9
	X2	-.211	.133	-.232	-	.116	.495	2.02
					1.588			0
	X3	1.034	.324	.471	3.19	.002	.485	2.06
					3			1
	X4	.017	.025	.069	.668	.506	.975	1.02
								6

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah SPSS 2025

Berdasarkan tabel 6 dapat dijelaskan bahwa dalam model pertama menunjukkan nilai tolerance > 0,10 dan memiliki nilai VIF < 10. Hal tersebut ditujukan 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.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

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

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa durbin watson memiliki nilai sebesar 1,154, Dimana dU (1,7446) > d (1,154) < 4-dU (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 x LAG(Xn)) sehingga bisa didapatkan nilai durbin watson yang baru. Adapun hasil ujinya sebagai berikut:

Tabel 6 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

Berdasarkan data pada tabel 9 diatas, didapatkan nilai durbin watson sebesar 1,920 setelah dilakukan penyembuhan. Nilai dU (1,7446) < d (2,076) < 4-dU (2,554). Sehingga dapat disimpulkan data penelitian ini tidak terjadi gejala autokorelasi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients ^a		
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
		Beta	
1	(Constant)	.262	.567
	LAG_X1	-1.607	.975
	LAG_X2	-.252	.110
	LAG_X3	.912	.289
	LAG_X4	.015	.033

a. Dependent Variable: LAG_Y

Sumber: Data diolah SPSS 2025

Dari tabel 10 diatas maka didapatkan model persamaan regresi akhir sebagai berikut:

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

1. Nilai konstanta 0,262 yang artinya nilai kepemilikan manajerial, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan dianggap bernilai 0. Maka nilai Perusahaan akan bernilai 0,262.
2. Nilai koefisien kepemilikan manajerial (X1) adalah sebesar -1,607 bernilai negatif. Dari hasil tersebut berarti dapat dikatakan semakin tinggi nilai kepemilikan manajerial (X1) maka nilai perusahaan semakin menurun.
3. Nilai koefisien pertumbuhan penjualan (X2) adalah sebesar -0,252 bernilai negatif. Dari hasil tersebut berarti dapat dikatakan semakin tinggi nilai pertumbuhan penjualan (X2) diungkapkan perusahaan maka nilai perusahaan semakin menurun.
4. Nilai koefisien pertumbuhan perusahaan (X3) bernilai positif sebesar 0,912. Dari hasil tersebut berarti dapat dikatakan semakin tinggi nilai pertumbuhan perusahaan (X3) maka akan memiliki dampak terhadap tingginya nilai perusahaan.
5. Nilai koefisien ukuran perusahaan (X4) bernilai positif sebesar 0,015. Dari hasil tersebut berarti dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai ukuran perusahaan (X4) maka akan mempunyai dampak terhadap tingginya nilai perusahaan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi**Tabel 8 Hasil Uji Koefesiensi Determinasi****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.409 a	.168	.124	.3034 8

a. Predictors: (Constant), LAG_X4, LAG_X3, LAG_X1, LAG_X2

b. Dependent Variable: LAG_Y

Sumber: data diolah SPSS 2025

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.

Uji Parsial (Uji T)**Tabel 9 Hasil Uji Parsial (uji t)**

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Std. Error	Standardized Coefficients		
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

1. 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 H_1 ditolak.
2. Nilai probabilitas signifikansi variabel pertumbuhan penjualan sebesar $0,026 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan nilai perusahaan. Dengan demikian H_2 ditolak.
3. 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. 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.

Uji simultan (Uji F)**Tabel 10 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 menunjukkan 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.

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 koefesien regresi sebesar -1,607 dan nilai signifikansi sebesar $0,103 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak memenuhi kriteria signifikansi $>0,05$. Dengan demikian, maka **H_1 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.

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

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 **H2 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

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 & Yatiningrum (2022) yang membuktikan bahwa secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

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.

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 & Candraewi (2018) membuktikan bahwa secara parsial pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

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.

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 Bita et al., (2021) membuktikan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. KESIMPULAN

Hasil dan Pembahasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya dapat ditarik 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

Penelitian Mendatang

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

Merujuk pada hasil serta keterbatasan tersebut, peneliti mendatang disarankan untuk melakukan hal berikut:

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., & Yatiningsrum, 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.
- Bita, 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 Dan Pertumbuhan 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 Institsional 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.
- 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.

- 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/jakes.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>

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