

**PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET*, *COMPANY GROWTH*,
DAN *FIRM SIZE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode Tahun 2019-2023)**

Proposal Skripsi

Oleh:

**SITI ZULAIHA
1811031086**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET*, *COMPANY GROWTH*, DAN *FIRM SIZE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023)

Oleh
Siti Zulaiha

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Investment Opportunity Set*, *Company Growth*, dan *Firm Size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2023. Nilai perusahaan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan manajemen dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *library research* dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh dari laporan tahunan yang dipublikasikan di situs resmi BEI (www.idx.co.id) dan situs masing-masing perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 35 perusahaan selama lima tahun pengamatan, sehingga total terdapat 175 data observasi.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 dengan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima; (2) *Company Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H_2) ditolak; dan (3) *Firm Size* juga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa peluang investasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, sementara pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan tidak selalu menjadi penentu utama. Oleh karena itu, perusahaan perlu memaksimalkan potensi peluang investasinya untuk meningkatkan nilai perusahaan di tengah persaingan dan dinamika pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: *Investment Opportunity Set*, *Company Growth*, *Firm Size*, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

The Effect of Investment Opportunity Set, Company Growth, and Firm Size on Firm Value (A Study on Property and Real Estate Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the Period 2019–2023)

By
Siti Zulaiha

This study aims to analyze the influence of Investment Opportunity Set, Company Growth, and Firm Size on firm value in the property and real estate sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2019–2023. Firm value serves as a crucial indicator in assessing the success of management in creating value for shareholders. This research employs a quantitative approach using library research and documentation methods. Secondary data were obtained from annual reports published on the official IDX website (www.idx.co.id) and the official websites of each company. The sampling technique used was purposive sampling, resulting in 35 companies as the sample over five years of observation, yielding a total of 175 observations.

Data analysis was conducted using SPSS version 27 with multiple linear regression. The findings indicate that: (1) Investment Opportunity Set has a positive and significant effect on firm value, supporting the first hypothesis (H_1); (2) Company Growth has no significant effect on firm value, thereby rejecting the second hypothesis (H_2); and (3) Firm Size also has no significant effect on firm value, rejecting the third hypothesis (H_3). These results suggest that investment opportunities play a significant role in enhancing firm value, while company growth and firm size do not necessarily determine it. Therefore, companies are encouraged to optimize their investment potential to improve firm value in the face of market dynamics and competition.

Keywords: *Investment Opportunity Set, Company Growth, Firm Size, Firm Value.*

**PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET*, *COMPANY GROWTH*,
DAN *FIRM SIZE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode Tahun 2019-2023)**

**Oleh
Siti Zulaiha
1811031086**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
Sarjana Akuntansi

Pada

Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

Judul Skripsi

: **PENGARUH INVESTMENT
OPPORTUNITY SET, COMPANY
GROWTH, DAN FIRM SIZE TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN (PADA
PERUSAHAAN PROPERTI DAN REAL
ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN
2019-2023)**

Nama Mahasiswa

: **Siti Zulaiha**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **1811031086**

Jurusan

: **Akuntansi**

Fakultas

: **Ekonomi dan Bisnis**



1. Pembimbing

Dr. Agrianti Komalasari

Dr. Agrianti Komalasari, S.E., M.Si., Akt., CA., CMA.

NIP. 19700801 199512 2001

2. Ketua Jurusan

Dr. Agrianti Komalasari

Dr. Agrianti Komalasari, S.E., M.Si., Akt., CA., CMA.

NIP. 19700801 199512 2001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Agrianti Komalasari, S.E., M.Si., Akt., CA., CMA.**

Penguji Utama : **Dr. Retno Yuni Nur Susilowati, S.E., M.Sc., Akt.**

Sekretaris : **Doni Sagitarian Warganegara, S.E., M.B.A.**

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juni 2025

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Zulaiha

NPM : 1811031086

Jurusan : Akuntansi

Alamat : Desa Karang Rejo, Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan

No. Hp : +6282373526688

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul "*Pengaruh Investment Opportunity Set, Company Growth dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023*" merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiat atau hasil karya pihak lain dalam bentuk apa pun. Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terkait keaslian karya ini, sehingga ada pihak yang merasa dirugikan, saya bersedia bertanggung jawab sesuai dengan ketentuan yang berlaku, termasuk pencabutan gelar akademik apabila diperlukan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Bandar Lampung, 25 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
2139BAMX345809967

Siti Zulaiha
NPM. 1811031086

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Srimulyo pada tanggal 04 Agustus 1999 dengan nama lengkap Siti Zulaiha sebagai anak pertama dari tiga bersaudara pasangan Bapak Giyatno dan Ibu Atmiyah. Pendidikan formal yang telah diselesaikan oleh penulis dimulai dari SD Negeri 1 Srimulyo pada tahun 2011, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 1 Kalirejo pada tahun 2014, serta menyelesaikan pendidikan menengah di SMA Negeri 4 Metro pada tahun 2017. Penulis lalu melanjutkan studi sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, pada Jurusan Akuntansi Universitas Lampung, melalui jalur konversi regular pada tahun 2018. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif berorganisasi di Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKM-F), sebagai anggota KSPM (Kelompok Studi Pasar Modal) FEB Unila. Penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2021, penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (PKL) di PT. Astra International Tbk, Auto 2000 Raden Intan Lampung pada tahun 2020 selama satu bulan dan menjadi relawan pajak di KPP Pratama Bandar Lampung Satu Direktorat Jendral Pajak selama satu bulan pada 2021.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin

Segala puji bagi Allah, Tuhan seluruh alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya penulis skripsi ini. Shalawat beriring salam selalu disanjung agungkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wasallam.

Dengan segala kerendahan hati, penulis persembahkan skripsi ini untuk:

Kedua Orang Tuaku tercinta, Ayahanda Giyatno dan Ibu Atmiyah

Terima kasih yang telah memberikan segala cinta, kasih sayang, nasihat, doa, dukungan, dan perjuangan yang tiada hentinya untuk kesuksesan penulis. Terima kasih yang tiada tara kepada ayah dan ibu karena telah merawat, membesarkan, dan mendidik penulis tanpa lelah. Semoga Allah selalu memberikan perlindungan di dunia maupun akhirat, Aamiin.

Seluruh keluarga, sahabat, dan teman-temanku yang telah memberikan dukungan, nasihat, dan motivasi tiada henti dalam susah maupun senang.

MOTTO

“Lebih baik terlambat daripada tidak samasekali”

-Giyatno

Hasbunallah wani mal wakil ni mal maula wani'man nasir

(QS Ali-Imran:173)

”Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”

(QS Al-Baqarah:216)

SANWACANA

Bismillahirrohmaanirrahiim,

Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Investment Opportunity Set*, *Company Growth* dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Sektor Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2019-2023)”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak dalam proses penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A.IPM., ASEAN.Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Agrianti Komalasari, S.E., M.Si., Akt., CA., CMA., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Retno Yuni Nur Susilowati, S.E., M.Sc., Akt., CA., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, sekaligus Dosen Pembahas I, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
5. Bapak Doni Sagitarian Warganegara, S.E., M.B.A., selaku Dosen Pembahas II, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.

6. Ibu Dr. Liza Alvia, S.E, M.Sc., Akt., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendukung dan membantu saya selama menempuh perkuliahan di Universitas Lampung.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengetahuan berharga bagi penulis selama proses perkuliahan berlangsung.
8. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan bantuan dan pelayanan yang baik selama proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini.
9. Kedua orangtuaku tercinta, Bapak Giyatno dan Ibu Atmiah. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dukungan, perhatian, dan segala yang telah kalian berikan kepada penulis. Semoga kelak penulis dapat menjadi kebanggaan keluarga.
10. Kedua Adikku tercinta, Nur Khasanah dan Fitria Rahma Azzahra terima kasih telah memberikan dukungan, doa, serta menjadi pemacu semangatku. Semoga kelak penulis dapat membahagiakan serta membalas kebaikan kalian.
11. Rama Dewa Kamajaya, terima kasih atas doa, dukungan, motivasi, dan bantuan selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
12. Sahabat-sahabatku, Untuk Adel, Galuh, Silfia dan Elysa. Terima kasih telah menemani dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat-Sahabatku, Untuk Arvira, Fitriyani, Devi, Ayu, Eva, Melisa, Sasa, Putri, Fasya, Arif. Terima kasih telah memberikan motivasi, semangat dan dukungan nya untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Untuk Sahabat-Sahabat kuliahku, Valen, Tasya, Tondi, Feri, Manal, Ayu Susanti. Terima kasih telah menemani dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Untuk kak Dewi Ratnasari, terima kasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Seluruh teman-teman Akuntansi 2018 yang telah kebersamai, saling mendukung selama proses perkuliahan, dan sukses untuk kalian semua.

17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya. Atas bantuan dan dukungannya, penulis mengucapkan terima kasih, semoga mendapat balasan dan berkah dari Allah SWT.

18. Alamamaterku tercinta Universitas Lampung

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga besar harapan penulis akan kritik dan saran guna menyempurnakan penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, 25 Juni 2025

Penulis

Siti Zulaiha

NPM. 1811031086

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
II. LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Signaling Theory.....	10
2.2 Pengertian Nilai Perusahaan	12
2.3.1 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan.....	14
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan	14
2.3.3 Indikator Nilai Perusahaan.....	16
2.3 Pengertian <i>Investement Opportunity Set</i>	17
2.4.1 Tujuan <i>Investement Opportunity Set</i>	18
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Investement Opportunity Set</i>	18
2.4.4 Indikator <i>Investement Opportunity Set</i>	19
2.5 Pengertian <i>Company Growth</i>	19
2.5.1 Jenis <i>Company Growth</i>	20
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Company Growth</i>	21
2.5.3 Indikator <i>Company Growth</i>	21
2.6 Pengertian <i>Firm Size</i>	23
2.6.1 Klasifikasi <i>Firm Size</i>	23
2.6.2 Indikator <i>Size</i>	24
2.7 Profitabilitas	25
2.7.1 Pengertian Profitabilitas.....	25
2.7.2 Pengukuran Profitabilitas.....	25

2.7 Penelitian Terdahulu	26
2.8 Pengembangan Hipotesis	28
2.9 Kerangka Berpikir.....	31
III. METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Data	32
3.2 Metode Pengumpulan Data	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4.1 Variabel Independent	34
3.4.2 Variabel Dependent	34
3.4.3 Variabel Controlling	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.5.1 Statistik Deskriptif	37
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)	39
3.5.5 Uji Statistik t	39
3.5.6 Uji Kelakayakan Model	40
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2 Analisis Data	42
4.2.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	42
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.2.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	48
4.2.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi	50
4.2.5 Hasil Uji Statistik t.....	50
4.2.6 Uji F Kelayakan	51
4.3 Pembahasan.....	52
4.3.1 Pengaruh IOS terhadap Nilai Perusahaan	52
4.3.2 Pengaruh <i>Company Growth</i> terhadap Nilai Perusahaan	53
4.3.3 Pengaruh <i>Firm Size</i> terhadap Nilai Perusahaan	53

V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan	55
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.3 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
Tabel 4.1 Kriteria Pemilihan Model	41
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Uji Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Normalitas	44
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Heteroskedastisitas	46
Tabel 4.6 Dasar Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....	47
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Autokolerasi	48
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Uji Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Uji Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Uji Hipotesis t	51
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji F Kelayakan Model	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sampel Perusahaan	63
Lampiran 2 Data Penelitian.....	64
Lampiran 3 Hasil SPSS.....	67

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan, yang terbentuk melalui aktivitas operasional sejak awal berdirinya hingga saat ini. Menurut Anggraini & Yan (2022), Nilai perusahaan mencerminkan harga saham yang diperdagangkan di bursa. Ketika harga saham mengalami kenaikan, nilai perusahaan pun meningkat, yang pada akhirnya memberikan keuntungan bagi para investor. Dengan demikian, semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar manfaat yang diperoleh pemegang saham. Penilaian nilai perusahaan didasarkan pada indikator nilai pasar saham, yang dipengaruhi oleh peluang investasi, baik dalam bentuk aset lancar maupun aset tetap. Peluang investasi tersebut memberikan sinyal positif terhadap prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang.

Menurut Berliana & Sekar (2023), peningkatan nilai perusahaan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan pemiliknya. Kepemilikan perusahaan tercermin dalam saham, di mana pergerakan harga saham mencerminkan keputusan serta minat investor dalam menanamkan modal. Nilai perusahaan yang tinggi memberikan sinyal positif bagi investor, meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar modal. Dengan demikian, semakin besar nilai perusahaan, semakin tinggi pula peluangnya untuk menarik investasi baru, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Krisnando & Novitasari, 2021).

Aspek yang memengaruhi nilai perusahaan dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu faktor internal dan eksternal. Berdasarkan Fauziah (2020), faktor eksternal mencakup aspek-aspek yang berada di luar kendali perusahaan, seperti fluktuasi nilai tukar, tingkat inflasi, serta kebijakan yang ditetapkan oleh

pemerintah. Sementara itu, faktor internal berkaitan dengan keputusan finansial yang diambil oleh perusahaan, seperti strategi pendanaan, kebijakan investasi, pembagian dividen, tingkat profitabilitas, serta pertumbuhan usaha. Kedua faktor ini memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan manfaat bagi pemegang saham. Faktor eksternal dapat memengaruhi stabilitas keuangan perusahaan, sedangkan faktor internal berkontribusi dalam menentukan strategi bisnis yang lebih optimal. Keputusan yang tepat dalam pengelolaan sumber daya internal dapat membantu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di pasar. Dalam penelitian ini, beberapa variabel tambahan, yaitu *Investment Opportunity Set* (IOS), pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan, digunakan sebagai indikator dalam mengukur peningkatan nilai perusahaan. *Investment Opportunity Set* merepresentasikan peluang investasi yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mendukung ekspansi bisnis. Selain itu, pertumbuhan dan ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas perusahaan dalam menghadapi tantangan dan persaingan industri.

Investment Opportunity Set (IOS) memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Myers dan N.S. (1984) mendefinisikan perusahaan sebagai kombinasi aset yang dimiliki saat ini dengan alternatif investasi yang dapat dipilih di masa depan. Sementara itu, menurut Deni Sunaryo et al. (2023), IOS merupakan kebijakan investasi yang berkaitan dengan alokasi dana eksternal perusahaan dalam berbagai bentuk investasi. Perusahaan dengan tingkat IOS yang tinggi menunjukkan kemampuannya dalam mengelola sumber daya atau aset yang dimiliki untuk memperoleh laba maksimal. Hal ini pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan serta kesejahteraan pemegang saham (Pamungkas, 2024).

Pertumbuhan perusahaan mencerminkan peningkatan atau penurunan aset yang dimiliki serta posisi perusahaan dalam perekonomian. Menurut Fajriah et al. (2022), pertumbuhan perusahaan yang positif memberikan sinyal baik bagi pihak internal maupun eksternal, menunjukkan prospek yang menjanjikan di masa depan. Tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi dianggap menarik oleh investor, karena menunjukkan potensi perusahaan untuk berkembang dan meningkatkan profitabilitasnya. Oleh karena itu, pertumbuhan perusahaan yang pesat

berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan dan meningkatkan daya tariknya di pasar investasi.

Faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan (*Firm size*) merupakan indikator yang mencerminkan kekuatan finansial suatu perusahaan. Dalam mengambil keputusan investasi, investor umumnya mempertimbangkan ukuran perusahaan, karena perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki fondasi usaha yang kuat dan kinerja yang stabil. Pertumbuhan perusahaan merupakan indikator penting dalam menilai kinerja dan prospek suatu perusahaan. Hidayat & Khotimah (2022) menyatakan bahwa pertumbuhan total aset pada tahun sebelumnya mencerminkan pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan di masa mendatang. Sementara itu, menurut Irawati et al. (2021), perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang terus meningkat menunjukkan prospek bisnis yang baik, sehingga menarik minat investor. Perusahaan yang mampu mempertahankan pertumbuhan akan dinilai memiliki kinerja yang solid, potensi profitabilitas yang tinggi, serta memberikan return yang sesuai dengan harapan investor, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah & Maqsudi (2023) yang menyatakan bahwa Teknik analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Investment Opportunity Set* dan Kebijakan Dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan untuk pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah & Yulianti (2022) yang menyatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa set kesempatan investasi yang terdiri dari *market book value equity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *capital expenditure* terhadap nilai buku aset tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *business risiko* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso & Junaeni (2022) yang mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan (*company growth*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi berbanding terbalik dengan penelitian

yang dilakukan oleh Saputri & Giovanni (2021) yang mengungkapkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Adanya perbedaan hasil ini mengindikasikan masih terdapat ketidakjelasan (*research gap*) yang perlu ditelusuri lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Indonesia, sebagai bagian dari kawasan Asia Tenggara, menghadapi tantangan dalam menghadapi integrasi ekonomi regional yang memperluas akses pasar bebas. Situasi ini menuntut perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk lebih proaktif dalam mengatasi berbagai hambatan guna meraih peluang bisnis dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Persaingan yang ketat tidak hanya terjadi di antara perusahaan dalam negeri, tetapi juga dengan perusahaan asing yang turut beroperasi di Indonesia (Sugiharto & Hendratno, 2022). Pesatnya perkembangan bisnis serta kemajuan teknologi yang semakin canggih turut memperketat persaingan antarperusahaan. Jumlah perusahaan yang berdiri dan bergabung dalam dunia bisnis di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu bersaing dan berupaya meningkatkan nilai perusahaan sebagai indikator keberhasilan dalam pengelolaan bisnis, sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi (Septiani & Wulandari, 2022).

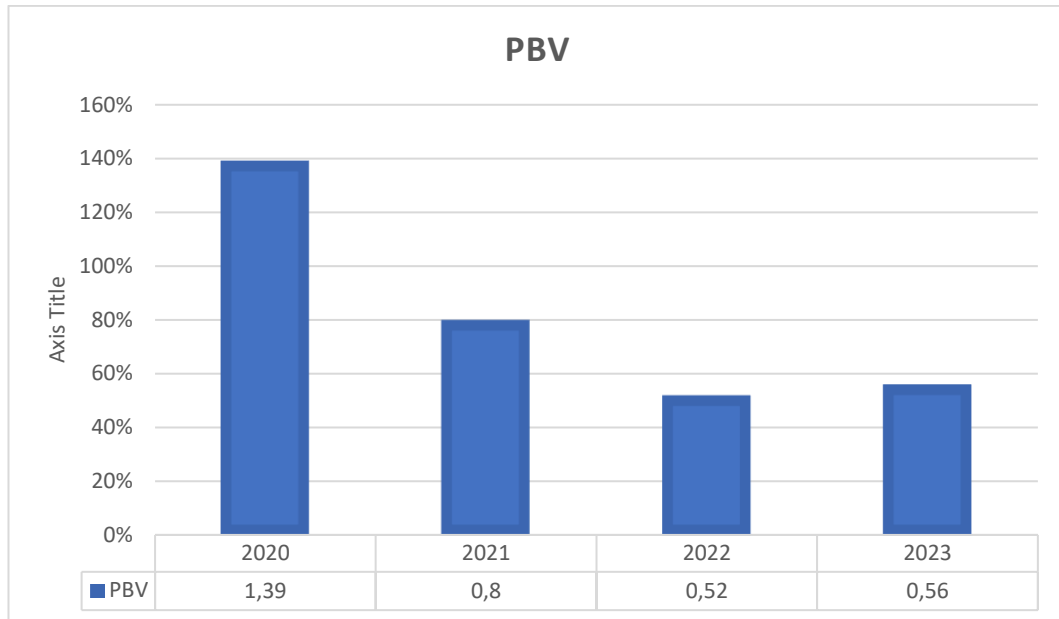
Penelitian ini menggunakan perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai objek penelitian. Pemilihan sektor ini didasarkan pada beberapa pertimbangan yang relevan dengan tujuan penelitian. Pertama, sektor properti dan real estate memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, karena berkaitan erat dengan pembangunan infrastruktur, penyediaan perumahan, serta investasi jangka panjang. Kedua, perusahaan dalam sektor ini memiliki karakteristik khusus, seperti penggunaan aset tetap yang tinggi, pengelolaan proyek dalam jangka waktu panjang, serta ketergantungan terhadap kondisi makroekonomi dan iklim investasi. Karakteristik-karakteristik tersebut menjadikan sektor ini menarik untuk dikaji lebih mendalam, khususnya dalam hubungannya dengan penentuan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan properti dan *real estate* juga dikenal memiliki *Investment Opportunity*

Set (IOS) yang luas, mengingat bisnisnya sangat dipengaruhi oleh peluang investasi terhadap lahan dan properti baru. Variabel *company growth* dan *firm size* (ukuran perusahaan) juga sangat bervariasi di sektor ini, yang memberikan potensi untuk melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan secara lebih jelas dan signifikan.

Sektor properti dan *real estate* merupakan salah satu bidang usaha yang berperan penting dalam perekonomian, khususnya dalam aktivitas penjualan, pembelian, penyewaan rumah atau gedung, serta kegiatan lain yang mencakup kepemilikan, pengembangan, dan pengelolaan properti. Namun, pandemi COVID-19 telah memperlihatkan betapa krisis kesehatan global dapat mengganggu stabilitas pasar properti, baik residensial maupun komersial. Penurunan permintaan akan ruang hunian dan perkantoran selama masa pandemi telah memberikan dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan properti.

Memasuki masa pemulihan pascapandemi, para pengembang properti menghadapi berbagai tantangan, termasuk ketidakpastian ekonomi, perubahan perilaku konsumen, dan fluktuasi harga saham. Saham-saham di sektor properti dan *real estate* tercatat memiliki kapitalisasi pasar yang relatif rendah dibandingkan sektor lain, sehingga dianggap kurang menjanjikan sebagai pilihan investasi. Kondisi ini menimbulkan ketidakpercayaan dan keraguan dari investor, yang pada akhirnya menyebabkan penurunan harga saham dan berdampak langsung pada penurunan nilai perusahaan (Geralin & Purwanto, 2022).

Fenomena penurunan nilai perusahaan ini memberikan dampak negatif terhadap prospek dan daya saing perusahaan. Dalam menghadapi kompetisi pasar yang semakin ketat, setiap perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan nilai perusahaan yang tinggi guna mencapai tujuan jangka panjangnya. Nilai perusahaan menjadi indikator penting dalam menilai kesehatan dan prospek perusahaan di masa depan, terutama dalam kemampuannya menghasilkan keuntungan, mengelola risiko, dan mempertahankan pertumbuhan usaha (Ghaisani & Takarini, 2022).



Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2025.

Gambar 1.1 Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor Properties dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2023

Data menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan sektor properti dan real estate yang diukur melalui *Price to Book Value* (PBV) mengalami tren penurunan selama periode 2020–2023. Pada tahun 2020, PBV tercatat sebesar 1,39, kemudian menurun drastis menjadi 0,80 pada tahun 2021. Penurunan berlanjut pada tahun 2022 dengan PBV sebesar 0,52, dan meskipun mengalami sedikit peningkatan pada tahun 2023, nilainya tetap rendah di angka 0,56. Angka-angka ini mengindikasikan bahwa sektor properti masih menghadapi tantangan serius dalam meningkatkan nilai perusahaannya di mata investor.

Dalam konteks tersebut, *Investment Opportunity Set* (IOS) memegang peran penting. IOS mencerminkan sejauh mana perusahaan memiliki peluang investasi yang menguntungkan di masa depan. Perusahaan dengan IOS yang tinggi umumnya dipersepsikan memiliki prospek pertumbuhan yang baik, yang dapat meningkatkan daya tarik di mata investor. Namun, dalam sektor properti dan real estate, rendahnya realisasi proyek baru atau terbatasnya ekspansi selama masa pandemi dan ketidakpastian ekonomi pasca-pandemi menyebabkan banyak perusahaan memiliki IOS yang rendah. Hal ini menjadi salah satu penyebab menurunnya ekspektasi investor dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Selain itu, pertumbuhan perusahaan (*company growth*) juga turut memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu menunjukkan pertumbuhan pendapatan, laba bersih, atau aset secara konsisten biasanya akan dinilai lebih tinggi oleh pasar. Sayangnya, selama periode 2020–2023, banyak perusahaan properti mengalami stagnasi atau bahkan penurunan kinerja keuangan karena terhambatnya proyek konstruksi, rendahnya permintaan pasar, serta hambatan pendanaan. Hal ini menyebabkan penurunan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan untuk bertumbuh, yang pada akhirnya menurunkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan (*firm size*), yang biasanya diukur melalui total aset, kapitalisasi pasar, atau pendapatan, juga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki stabilitas operasional, akses pembiayaan yang lebih luas, dan daya saing yang lebih kuat, sehingga dianggap lebih mampu bertahan di tengah krisis. Namun, dalam sektor properti, perusahaan besar sekalipun tidak sepenuhnya kebal terhadap dampak pandemi dan ketidakpastian ekonomi. Investor cenderung berhati-hati meskipun terhadap perusahaan besar, terutama jika tidak diikuti oleh strategi pertumbuhan yang jelas dan efektif.

Dengan demikian, penurunan nilai perusahaan sektor properti dan *real estate* pada periode 2019–2023 dapat dijelaskan melalui tiga faktor utama: rendahnya IOS, lambatnya pertumbuhan perusahaan, dan kurang optimalnya pemanfaatan ukuran perusahaan sebagai keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana ketiga variabel tersebut memengaruhi nilai perusahaan secara simultan dan parsial pada sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti akan melakukan penelitian dengan variable manajemen resiko dan ukuran perusahaan dengan judul **“PENGARUH INVESTMENT OPPORTUNITY SET, COMPANY GROWTH, DAN FIRM SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah *Investement Opportunity Set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023?
2. Apakah *Company Growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023?
3. Apakah *Size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh *Investement Opportunity Set* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023.
2. Mengetahui pengaruh *Company Growth* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023.
3. Mengetahui pengaruh *Firm Size* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat yaitu:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari tugas akhir skripsi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan dalam bidang keuangan, khususnya terkait *Investment Opportunity Set*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan dalam laporan keuangan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya dalam pengelolaan faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan seperti *Investment Opportunity Set*, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan.

c. Bagi Investor

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai *Investment Opportunity Set*, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan sehingga investor dapat lebih berhati-hati dalam menginvestasikan saham pada perusahaan.

II. LANDASAN TEORI

2.1 *Signaling Theory*

Pada penelitian ini menggunakan *Signalling Theory* (Teori Sinyal). Alasan penggunaan teori ini adalah karena teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan informasi atau sinyal kepada investor dan pihak eksternal lainnya mengenai kondisi internal perusahaan, khususnya terkait kinerja dan prospek masa depan. Informasi seperti pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, hingga peluang investasi (*investment opportunity set*) dapat dijadikan sinyal positif jika dikelola dan dikomunikasikan secara tepat, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, teori ini relevan untuk mengkaji hubungan antara variabel-variabel seperti *company growth*, *firm size*, dan IOS terhadap nilai perusahaan, karena setiap keputusan manajerial yang diambil bisa menjadi sinyal penting dalam menilai kesehatan dan potensi perusahaan di mata investor.

Signalling Theory (Teori Sinyal) pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence pada tahun 1973, yang mengatakan dengan memberikan suatu sinyal, pihak pemilik informasi berusaha memberikan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima informasi. *Signalling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pihak pengguna laporan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Menurut Brigham & Houston (2019) dalam (Santoso & Junaeni, 2022) teori sinyal merupakan suatu aksi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana perusahaan memandang prospek perusahaan.

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan memberikan informasi adalah karena terdapat informasi asimetris antara perusahaan dengan pihak eksternal. Pihak eksternal dapat menilai nilai perusahaan sebagai fungsi dari mekanisme signaling yang berbeda-beda. Teori sinyal adalah salah satu metode yang digunakan manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Teori sinyal akan memberikan instruksi atau informasi kepada investor tentang suatu perusahaan, hal itu memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan dan terkait dengan nilai perusahaan. *Signalling Theory* yaitu sinyal positif kepada investor melalui laporan keuangan, kinerja manajemen yang baik akan tersampaikan melalui laporan keuangan sehingga menimbulkan sinyal positif. Suatu perusahaan akan meningkatkan kinerjanya agar investor tertarik dan menanamkan modalnya. *Signalling Theory* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kualitas baik dengan sengaja atau tidak akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. (Sugiyanto et al., 2017) dalam (Fajriah et al., 2022) menyatakan perusahaan-perusahaan yang *go public* akan memiliki kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan guna mendapatkan laporan yang berkualitas. Teori sinyal juga dapat membantu pihak perusahaan (*agent*), pemilik (*principal*) dan pihak luar perusahaan mengurangi asimetri informasi dengan menghasilkan kualitas atau integritas informasi laporan keuangan. (Sugiyanto dan Etty, 2018) dalam Santoso & Junaeni (2022) untuk memastikan pihak-pihak yang berkepentingan meyakini keandalan informasi keuangan yang disampaikan pihak perusahaan (*agent*). Menurut (Williams, 2001) dalam Qotimah & Kalangi (2023) Teori sinyal menyatakan bahwa suatu perusahaan akan terus berusaha untuk menunjukkan sinyal yang dapat berupa informasi positif kepada pihak investor yang potensial melalui pengungkapan didalam sebuah laporan keuangan perusahaan, sinyal yang berisi informasi positif dari sebuah perusahaan diharapkan akan mendapat respon yang positif pula dari pasar, hal demikian memberikan sebuah keuntungan yang kompetitif bagi sebuah perusahaan serta dapat memberikan nilai yang cukup tinggi bagi perusahaan tersebut.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*) memiliki keterkaitan yang erat dengan nilai perusahaan karena menjelaskan pentingnya informasi yang disampaikan oleh manajemen kepada investor sebagai sinyal mengenai kondisi dan prospek perusahaan. Dalam situasi asimetri informasi, di mana investor tidak memiliki akses penuh terhadap informasi internal perusahaan, sinyal yang diberikan oleh manajemen menjadi sangat penting. Sinyal positif seperti peningkatan profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, struktur modal yang sehat, ukuran perusahaan yang besar, serta adanya peluang investasi yang menjanjikan akan membentuk persepsi positif pasar terhadap perusahaan, sehingga mendorong peningkatan harga saham dan nilai perusahaan. Dalam konteks ini, *Investment Opportunity Set* (IOS) mencerminkan prospek pertumbuhan di masa depan, yang memberikan sinyal bahwa manajemen memiliki strategi ekspansi yang potensial. Demikian pula, pertumbuhan perusahaan menunjukkan kondisi keuangan yang sehat dan kemampuan bersaing yang baik, yang menjadi sinyal bahwa perusahaan mampu menghasilkan kinerja berkelanjutan. Selain itu, ukuran perusahaan yang besar juga menjadi indikator stabilitas finansial dan kemampuan menghadapi risiko, yang menambah kepercayaan investor. Dengan demikian, semakin kuat dan konsisten sinyal yang diberikan, semakin besar pula potensi peningkatan nilai perusahaan menurut teori sinyal.

2.2 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Menurut Cahyani et al. (2022), nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar dari sekuritas utang dan ekuitas yang beredar. Keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan harga sahamnya menjadi indikator penting dalam menciptakan kesejahteraan bagi para pemilik modal. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, semakin besar pula nilai perusahaan yang tercermin di pasar. Peningkatan nilai saham menunjukkan kepercayaan investor terhadap prospek bisnis perusahaan, yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi perusahaan di industri. Oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk terus mengoptimalkan strategi bisnis guna mencapai nilai perusahaan yang maksimal. Menurut Sartono (2010) dalam Larasati & Hwihanus (2023), nilai

perusahaan dapat diartikan sebagai nilai jual dari suatu bisnis yang sedang beroperasi. Artinya, nilai tersebut tidak hanya mencerminkan aset dan kinerja keuangan, tetapi juga prospek bisnis serta daya saing perusahaan di pasar. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi faktor penting dalam menentukan keberlanjutan dan pertumbuhan suatu perusahaan.

Nilai perusahaan mencerminkan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli ketika perusahaan memutuskan untuk menjual aset atau sahamnya. Ketika suatu perusahaan telah terbuka untuk diperdagangkan di pasar publik, nilai perusahaan menjadi cerminan dari persepsi investor terhadap kondisi dan prospek bisnis perusahaan tersebut. Nilai perusahaan juga berperan sebagai indikator kinerja yang digunakan oleh calon investor dalam menilai potensi perusahaan di masa depan. Faktor ini berkaitan erat dengan pergerakan harga saham, di mana nilai saham yang semakin tinggi mencerminkan optimisme investor terhadap pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan. Menurut Deska (2022), semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, semakin besar pula keuntungan yang dapat diperoleh investor. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi faktor penting dalam menarik minat investasi serta menentukan daya saing suatu perusahaan di pasar keuangan.

Nilai perusahaan dari perusahaan adalah harga yang tersedia untuk dijual oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut ingin menjual. Nilai perusahaan adalah nilai pasar sekuritas hutang dan ekuitas yang beredar (Keown et al, 2004 dalam (Nurafifah & Supriati, 2020). Nilai perusahaan merupakan suatu keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan harga sahamnya sehingga dapat mensejahterakan para pemilik modal. Kenaikan harga saham yang semakin tinggi dapat meningkatkan harga saham perusahaan pula. Suatu perusahaan mempunyai tujuan utama dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah sebagai nilai jual sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi yang sedang dijalankan oleh perusahaan (Nurafifah & Supriati, 2020).

Menurut (Khofifah, 2020) nilai perusahaan merupakan harga jual dari barang tersebut ketika barang tersebut akan dijual. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang

saham. Sehingga jika nilai perusahaan tinggi maka kemakmuran pemilik pun akan tinggi, karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan harga saham yang tinggi dan optimalnya kinerja perusahaan. Nilai dari perusahaan tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan arus kas, tetapi juga bergantung pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan. Sehingga nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang dicapai manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor yang biasanya berkaitan dengan saham.

2.3.1 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Menurut Deska (2022) Nilai Perusahaan memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1.) Mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham.
- 2.) Menjadi tolak ukur atas prestasi kerja perusahaan.
- 3.) Mencerminkan peningkatan Kinerja Perusahaan

Serta memiliki manfaat sebagai berikut :

- 1.) Untuk menarik Investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut.
- 2.) Membuat Perusahaan lebih di pandang Investor pada Bursa Efek.
- 3.) Dapat memberikan gambaran keuangan suatu perusahaan.

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Disamping pemahaman tentang teori nilai perusahaan, terdapat juga beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan menurut Putri & Aryansyah (2024) antara lain sebagai berikut :

1. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Sejalan dengan likuiditas, jika terjadi peningkatan Profit sehingga ROE meningkat, maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam mengelola

modal untuk menghasilkan Profit sehingga nilai perusahaan yang tercermin dalam PBV akan meningkat.

2. Struktur Modal

Struktur modal adalah pembiayaan permanen yang terdiri dari modal sendiri dan modal asing, dimana modal sendiri terdiri dari berbagai jenis saham dan laba ditahan. Semakin tinggi Struktur Modal perusahaan (yang salah satunya tercermin dalam rasio kas atas aktiva lancar), semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat.

3. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan Perusahaan adalah peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya. Sama halnya dengan pertumbuhan perusahaan dan sejalan dengan peningkatan likuiditasnya, jika terjadi peningkatan perusahaan sehingga *growth of earning after tax* meningkat, maka semakin baik kinerja perusahaan, sehingga nilai perusahaan yang tercermin dalam PBV akan meningkat.

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya ekuitas, nilai penjualan, dan aset yang berperan sebagai variable konteks yang mengatur tuntutan pelayanan atau produk yang dihasilkan oleh organisasi. Ukuran perusahaan dapat berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena pada perusahaan-perusahaan besar, pemilik saham pada dasarnya terpisah dari manajemen, sehingga kurang berdaya mengubah manajemen. Ukuran perusahaan juga dapat berpengaruh negatif karna sekalipun perusahaan besar memiliki kemampuan untuk menghasilkan keuntungan lebih besar, namun modal yang digunakan juga besar sehingga profitabilitasnya bisa jadi tidak terlalu tinggi dibanding perusahaan dengan ukuran lebih kecil.

2.3.3 Indikator Nilai Perusahaan

Menurut Weston & Copeland (2010) dalam bukunya dalam (Khofifah, 2020) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari :

1. *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut (Khofifah, 2020) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Setianto (2016) (Khofifah, 2020) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan. Berikut ini rumus *Price to Book Value* (PBV) :

$$Price\ to\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{Harga\ Saham}{Nilai\ Buku\ Saham}$$

Nilai buku saham dapat dihitung

$$Book\ Value\ per\ Share = \frac{Total\ Modal}{Jumlah\ saham\ yang\ beredar}$$

2. *Price Earning Ratio* (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. Menurut Setianto (2016) dalam (Khofifah, 2020), PER itu perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten dalam setahun. Karena PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, maka dengan mengetahui PER sebuah emiten dapat mengetahui apakah harga saham tergolong wajar atau tidak secara real dan bukan secara perkiraan. PER dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$Price\ Earning\ Ratio\ (PER) = \frac{Price\ per\ Share}{Earning\ per\ Share}$$

3. *Tobin's Q* yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan. Perusahaan dengan *Tobin's Q* tinggi atau $q > 1,00$ mengindikasikan bahwa kesempatan investasi lebih baik, memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, dan mengindikasikan

manajemen dinilai baik dengan aset-aset di bawah pengelolaannya. Berikut ini rumus *Tobin's Q* :

$$Tobin's Q = \frac{(MVE + DEBT)}{(TA)}$$

Keterangan :

Q : Nilai Perusahaan

MVE : *Market value of equity*

DEBT : Total Utang

TA : *Total assets*

Dalam penelitian ini nilai perusahaan akan diukur dengan PBV, karena dapat menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

2.3 Pengertian *Investement Opportunity Set*

Investment Opportunity Set (IOS) pertama kali diperkenalkan oleh Myers (2018) dalam Hardiyanti et al. (2024), yang menyatakan bahwa nilai perusahaan terdiri dari kombinasi aset yang telah dimiliki saat ini (*asset in place*) dan opsi investasi di masa depan. Hardiyanti et al. (2024) menambahkan bahwa IOS mencerminkan proyeksi nilai perusahaan berdasarkan pengeluaran yang telah direncanakan oleh manajemen untuk masa mendatang. Dengan kata lain, investasi yang dilakukan saat ini bertujuan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar di masa depan. Hal ini sejalan dengan pendapat Smith (2016) dalam Leon (2022), yang menekankan bahwa komponen utama nilai perusahaan berasal dari pilihan investasi yang akan dijalankan, sehingga IOS dapat berfungsi sebagai proksi untuk mengukur potensi pertumbuhan perusahaan.

Menurut Gaver dan Gaver (1993) dalam Syaifuddin (2021), besarnya nilai IOS bergantung pada keputusan pengeluaran manajemen yang akan diwujudkan di masa mendatang. Opsi investasi ini masih bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kondisi pasar agar dapat memberikan return yang optimal. Homer (2018) dalam Hasanah et al. (2023) juga menyatakan bahwa peluang investasi di masa depan tidak hanya berasal dari proyek riset dan pengembangan, tetapi juga dari kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang ada lebih baik dibandingkan dengan pesaing dalam industri yang sama. Oleh karena itu, IOS tidak

hanya mencerminkan investasi fisik, tetapi juga mencakup strategi dan keunggulan kompetitif perusahaan.

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dikemukakan, IOS dapat disimpulkan sebagai peluang investasi yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan nilai di masa depan. Besarnya IOS dipengaruhi oleh keputusan manajerial terkait alokasi sumber daya dan strategi investasi yang diterapkan. Selain itu, IOS juga memengaruhi perspektif pemangku kepentingan, termasuk manajer, pemilik, investor, dan kreditor, dalam menilai potensi pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian, IOS menjadi faktor penting dalam perencanaan keuangan dan strategi bisnis jangka panjang.

2.4.1 Tujuan Investement Opportunity Set

Myers (1997) dalam Syaifuddin (2021) menyebutkan bahwa *investment opportunity set* dalam kaitannya untuk mencapai tujuan perusahaan, memberikan petunjuk yang lebih luas dimana nilai perusahaan sebagai tujuan utama tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa mendatang.

2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investement Opportunity Set

Menurut beberapa penelitian terdahulu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *investment opportunity set* (Hasanah et al., 2023), yaitu antara lain:

1. Profitabilitas

Profitabilitas berpengaruh terhadap *investment opportunity*, profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal mengenai pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Dengan besarnya jumlah laba ditahan, suatu perusahaan mungkin cenderung akan memilih pendanaan dari sumber tersebut daripada pinjaman. Besarnya laba ditahan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melakukan ekspansi, sehingga semakin tinggi laba profitabilitas maka laba ditahan dan *investment opportunity set* juga tinggi.

2. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas menunjukkan kemampuan serta efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aktiva yang dimilikinya atau perputaran (*turnover*) dari aktiva-aktiva, rasio aktivitas yang diproksikan dengan *Total Asset Turnover Ratio*

(TATR) berpengaruh terhadap *investment opportunity set*. Semakin tinggi tingkat aktivitas pada perusahaan maka semakin besar aliran kas yang diterima perusahaan berarti semakin efektif dalam mengelola aktivitas transaksi yang ada di perusahaan. Adanya tingkat efektivitas yang tinggi menunjukkan kesempatan bertumbuh perusahaan yang tinggi pada masa mendatang.

3. Ukuran Perusahaan

Semakin besar ukuran perusahaan dan semakin mapan perusahaan itu, maka perusahaan tersebut akan memiliki peluang investasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Selain itu, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki informasi asimetris yang lebih rendah dan reputasi yang lebih tinggi, sehingga perusahaan memiliki akses yang lebih mudah dalam pembiayaan eksternal.

2.4.4 Indikator *Investment Opportunity Set*

Menurut Myers (1997) dalam Syaifuddin (2021), IOS yang didasari pada harga yang terbentuk merupakan rasio sebagai suatu aktiva yang dimiliki dan nilai pasar perusahaan. Dalam penelitian ini *Investment Opportunity Set* akan diukur dengan MBVE. Rasio ini mencerminkan bahwa pasar menilai return dari investasi perusahaan di masa depan akan lebih besar dari return yang diharapkan dari ekuitasnya.

$$MBVE = \frac{\text{Jumlah saham yang beredar} \times \text{Harga penutupan}}{\text{Jumlah Ekuitas}}$$

2.5 Pengertian *Company Growth*

Menurut Kasmir (2019) menyatakan rasio pertumbuhan (*growth ratio*) mengukur kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di tengah pertumbuhan ekonomi dan industrinya. Rasio pertumbuhan mencerminkan persentase kenaikan dalam berbagai aspek perusahaan, seperti penjualan, laba, earning per share, dan dividen per share dari tahun ke tahun. Sementara itu, pertumbuhan perusahaan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat mempertahankan posisinya dalam sistem ekonomi secara keseluruhan maupun dalam industrinya Ionita & Dinu (2021).

Pertumbuhan perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan berkembang dan memiliki prospek positif, yang diharapkan akan meningkatkan keuntungan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, pertumbuhan perusahaan menjadi faktor penting bagi pemangku kepentingan, karena dapat meningkatkan kepercayaan publik, menarik investor baru, mempertahankan investor lama, serta mempermudah akses terhadap kredit (Prasetya Margono & Gantino, 2021). Agar rasio pertumbuhan terus meningkat, manajemen harus berupaya mengoptimalkan operasional perusahaan sehingga setiap pos dalam laporan keuangan juga mengalami peningkatan.

Pertumbuhan perusahaan juga dapat diartikan sebagai perubahan total aset yang dimiliki dari tahun ke tahun. Menurut Senthilkumar & Packiaraji (2024), pertumbuhan perusahaan dihitung berdasarkan persentase perubahan aset dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan aset mencerminkan ekspansi perusahaan serta alokasi investasi yang dilakukan. Namun, pertumbuhan ini juga memerlukan pendanaan yang memadai. Jika investasi yang dilakukan lebih besar dari laba ditahan, maka perusahaan perlu meningkatkan jumlah utangnya. Seperti yang dikemukakan oleh Senthilkumar & Packiaraji (2024), peningkatan aset perusahaan yang tidak diimbangi oleh sumber pendanaan lain akan menyebabkan kenaikan kewajiban, dengan asumsi faktor lainnya tetap (*ceteris paribus*).

2.5.1 Jenis *Company Growth*

Menurut Kasmir (2019) jenis pertumbuhan perusahaan dapat dilihat sebagai berikut:

1) **Pertumbuhan penjualan.**

Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan.

2) **Pertumbuhan laba bersih.**

Pertumbuhan laba bersih menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan bersih dibandingkan dengan total keuntungan secara keseluruhan.

3) Pertumbuhan pendapatan per saham.

Pertumbuhan pendapatan per saham menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh pendapatan atau laba per lembar saham dibandingkan dengan total laba per saham secara keseluruhan.

4) Pertumbuhan dividen per saham.

Pertumbuhan dividen per saham menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh dividen saham dibandingkan dengan total dividen per saham secara keseluruhan.

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Company Growth*

Menurut Sunaryo et al. (2022) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan, diantaranya;

1. Pertumbuhan dari luar (*external growth*). Secara umum, bila faktor pertumbuhan dari luar ini bersifat positif maka dapat meningkatkan peluang perusahaan untuk dapat terus bertumbuh dari waktu ke waktu.
2. Pertumbuhan dari dalam (*internal growth*). Faktor pertumbuhan dari dalam ini berhubungan dengan produktivitas perusahaan. Secara umum, semakin meningkatnya produktivitas perusahaan maka *internal growth* pun diharapkan akan semakin meningkat.
3. Pertumbuhan yang diakibatkan iklim dan situasi usaha lokal. Jika kondisi dan iklim usaha mendukung usaha yang dijalankan perusahaan, maka pertumbuhan perusahaan akan semakin meningkat dari waktu ke waktu

2.5.3 Indikator *Company Growth*

Menurut Kasmir (2019) jenis-jenis rasio pertumbuhan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Penjualan

Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan periode sebelumnya. Adapun rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan adalah sebagai berikut:

$$Growth = \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan (t - 1)}}{\text{Penjualan (t - 1)}}$$

2. Pertumbuhan Laba Bersih

Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari periode sebelumnya. Adapun rumus untuk menghitung pertumbuhan laba bersih adalah sebagai berikut:

$$Growth = \frac{\text{Net Profit (t)} - \text{Net Profit (t - 1)}}{\text{Net Profit (t - 1)}}$$

3. Pertumbuhan Pendapatan per Saham

Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh pendapatan atau laba per lembar saham dibandingkan periode sebelumnya. Adapun rumus untuk menghitung pertumbuhan pendapatan per saham adalah sebagai berikut:

$$Growth = \frac{\text{Laba per saham tahun (t)} - \text{Laba per saham tahun (t - 1)}}{\text{Laba per saham tahun (t - 1)}}$$

4. Pertumbuhan Dividen per Saham Rasio ini menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan kemampuannya untuk memperoleh dividen saham dibandingkan dengan total dividen per saham periode sebelumnya. Adapun rumus untuk menghitung pertumbuhan dividen per saham adalah sebagai berikut:

$$Growth = \frac{\text{Dividen per saham (t)} - \text{Dividen per saham (t - 1)}}{\text{Dividen per saham (t - 1)}}$$

Dari beberapa jenis rasio di atas peneliti memutuskan untuk menggunakan rasio pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk mengukur pertumbuhan pendapatan. Hal tersebut dikarenakan rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan operasinya dari kenaikan penjualan yang akan mengakibatkan kenaikan rasio yang lainnya pula.

2.6 Pengertian *Firm Size*

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran, skala atau variabel yang menentukan besar kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aset, kapitalisasi pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain Sasongko et al. (2020). Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala yang menggolongkan besar kecilnya suatu perusahaan dengan logaritma total aktiva, logaritma total penjualan, dan logaritma pasar. Penentuan ukuran perusahaan didasarkan pada total aktiva perusahaan, karena total aktiva dianggap lebih stabil dan dapat lebih mencerminkan besar kecilnya perusahaan (Lawita & Binangkit, 2022). Menurut Kartika & Halim (2022) ukuran perusahaan adalah semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal itu disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternative pemenuhannya adalah dengan modal asing apalagi modal sendiri yang tidak mencukupi. Ukuran perusahaan menunjukkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dihitung dengan cara tertentu, perusahaan besar tersebut akan dituntut untuk memberikan informasi lebih terbuka dibandingkan perusahaan kecil (Aurel oktavia & Yanti, 2022).

2.6.1 Klasifikasi *Firm Size*

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undangundang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang

memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau Swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Ukuran perusahaan yang didasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan diatur dengan ketentuan BAPEPAM NO. 11/PM/1997, yang menyatakan bahwa perusahaan menengah atau kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan (total aset) tidak lebih dari Rp 100.000.000.000,00 (seratus milyar rupiah). Sebaliknya perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah).

2.6.2 Indikator Size

Menurut Sarahwati et al. (2021) pengukuran ukuran perusahaan dalam penelitiannya dihitung dengan *logaritma natural* (Ln) dari total aset. Hal ini dikarenakan besarnya total aset masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar. Untuk menghindari data yang tidak normal dan untuk memperhalus total aset yang sangat besar dibandingkan variabel lain maka total aset perlu di Ln kan. Adapun perhitungan ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

Berdasarkan uraian diatas menunjukan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural (Ln) total aset.

Logaritma natural digunakan agar mencegah tingginya fluktuasi data. Semakin besar total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat.

2.7 Profitabilitas

2.7.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas atau rentabilitas merupakan salah satu indikator utama yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu (Sunyoto, 2018). Menurut Kasmir (2021), profitabilitas menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan dari aktivitas operasionalnya. Sejalan dengan hal tersebut, Chasanah (2019) menegaskan bahwa profitabilitas mencerminkan efektivitas dan efisiensi manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Hal ini senada dengan pendapat Nur (2019), yang menyatakan bahwa perusahaan yang mampu mencetak laba besar dan stabil cenderung lebih diminati oleh investor karena dinilai memiliki potensi memberikan keuntungan optimal di masa mendatang.

2.7.2 Pengukuran Profitabilitas

Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return on Assets* (ROA). ROA merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk menilai sejauh mana efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba bersih selama periode tertentu. Rasio ini memberikan gambaran yang jelas mengenai efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan secara keseluruhan. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan dari aset yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan aset dilakukan secara efisien dan produktif. Dengan demikian, ROA tidak hanya mencerminkan tingkat profitabilitas, tetapi juga mencerminkan efektivitas dalam penggunaan aset operasional perusahaan. Bagi investor dan kreditor, rasio ini memiliki arti penting

karena dapat memberikan indikasi yang kuat mengenai kinerja keuangan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi dari aset yang tersedia. Menurut Kasmir (2019), rumus yang digunakan untuk menghitung Return on Assets adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Jumlah Laba Bersih}}{\text{Jumlah Total Aset}} \times 100\%$$

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Temuan Hasil
1	Chabachib et al. (2020)	<i>The Effect of Investment Opportunity Set and Company Growth on Firm Value: Capital Structure as an Intervening Variable</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, set peluang investasi (IOS), dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap struktur modal dan nilai perusahaan. Struktur modal juga terbukti berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, serta mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2	Savitri et al. (2021)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019)	Kesimpulan dari penelitian ini adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap struktur modal sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap struktur modal. Struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Struktur modal tidak dapat memediasi baik pengaruh profitabilitas maupun pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

No.	Peneliti	Judul	Temuan Hasil
3	Nasution (2021)	Pengaruh Keputusan Investasi, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di BEI	Berdasarkan hasil penelitian, keputusan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, sementara profitabilitas dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, namun profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara tidak langsung, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui struktur modal, sedangkan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui struktur modal.
4	Nurjannah & Maqsudi (2023)	Pengaruh <i>Investment Opportunity Set</i> , Kebijakan Dividen Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021	Teknik analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Investment Opportunity Set</i> dan Kebijakan Dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
5	Alamsyah & Yulianti (2022)	Pengaruh <i>Investment Opportunity Set</i> , Corporate Social Responsibility, Dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa set kesempatan investasi yang terdiri dari market book value equity berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusaha.

2.8 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Suharsimi, 2019).

1) Pengaruh *Investement Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Myers (1977) dalam Berliana & Sekar (2023) *Investment opportunity set* (IOS) memberikan sebuah petunjuk sebagai alternatif dimana nilai perusahaan sebagai tujuan utama perusahaan yang tergantung pada pengeluaran perusahaan. Menurut (Kallapur & Mark, 1999) dalam Chabachib et al. (2020) Nilai IOS dihitung berdasarkan kombinasi dari bermacam jenis proksi yang menjabarkan nilai aktiva ditempat dan nilai kesempatan untuk bertumbuhnya perusahaan dimasa depan (yang digambarkan berupa nilai pasar). Perusahaan memiliki kemampuan untuk mengelola sumber dayanya secara optimal dalam aktivitas operasionalnya sehingga kesempatan untuk berinvestasi meningkat yang mana hal tersebut terlihat dari naiknya harga pasar saham, harga saham yang melonjak otomatis akan diiringi dengan meningkatnya nilai perusahaan. Keputusan perusahaan dalam mengambil kesempatan yang ada sangat berperan penting karna akan berdampak kepada nilai perusahaan.

Pada hipotesis ini menggunakan teori sinyal, teori sinyal berhubungan dengan nilai perusahaan dan *investment opportunity set*, apabila perusahaan gagal atau tidak dapat menyampaikan signal dengan baik mengenai nilai perusahaan dan investasi maka nilai perusahaan akan mengalami ketidaksesuaian terhadap kedudukannya, dengan artian nilai perusahaan dapat berada diatas atau dibawah nilai sebenarnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Chabachib et al. (2020) dan Hardiyanti et al. (2024) menunjukkan bahwa *investment opportunity set* mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan ringkasan uraian diatas munculah hipotesis dibawah ini :

H₁: *Investement Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2) Pengaruh *Company Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Peluang pertumbuhan mencerminkan ekspektasi investor terhadap potensi suatu perusahaan untuk terus berkembang di masa depan. Peluang ini diukur berdasarkan proporsi perubahan aset, baik peningkatan maupun penurunan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar peluang pertumbuhan suatu perusahaan, semakin besar pula potensi ekspansi dan daya tariknya bagi para investor yang mencari keuntungan jangka panjang. Salah satu faktor yang dapat menarik minat investor untuk berinvestasi adalah peluang pertumbuhan perusahaan (*growth opportunity*) di masa depan serta pengeluaran modal (*capital expenditure*) yang mencerminkan kebijakan ekspansi perusahaan.

Dalam konteks keuangan perusahaan, teori sinyal (*signaling theory*) menjelaskan bahwa manajemen perusahaan dapat menyampaikan informasi kepada investor melalui tindakan atau keputusan yang memberikan sinyal mengenai kondisi dan prospek perusahaan. Salah satu sinyal yang sering digunakan adalah pertumbuhan perusahaan (*company growth*), yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan, aset, dan laba dari waktu ke waktu. Pertumbuhan perusahaan yang positif dapat menjadi sinyal kuat bagi investor bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik dan prospek bisnis yang menjanjikan. Ketika perusahaan menunjukkan peningkatan yang konsisten dalam pendapatannya, ekspansi usaha, atau peningkatan aset, maka pasar akan menangkap informasi tersebut sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki manajemen yang andal dan strategi bisnis yang efektif. Investor kemudian merespons sinyal ini dengan meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan, yang pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan di pasar.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Sari & Rokhmania (2020), Tamara & Suaryana (2020) dan Chabachib et al. (2020) menunjukkan bahwa variabel *growth opportunity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan yang tinggi memberikan dampak positif terhadap nilai pasar perusahaan serta meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modal dengan harapan memperoleh return yang

tinggi di masa depan. Dengan demikian, meningkatnya peluang pertumbuhan akan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan, yang tercermin dalam harga sahamnya. Berdasarkan kajian teori dan penelitian sebelumnya, hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₂: *Company growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3) Pengaruh *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan

Firm size (ukuran perusahaan) dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala (Putri & Aryansyah, 2024).

Teori sinyal (*signaling theory*) dikembangkan oleh Michael Spence dan digunakan dalam konteks manajemen dan keuangan untuk menjelaskan bagaimana informasi asimetris antara manajemen perusahaan dan investor dapat diatasi melalui pemberian sinyal yang dapat dipercaya. Dalam kaitannya dengan ukuran perusahaan (*firm size*), teori ini menekankan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal penting yang ditangkap oleh pasar untuk menilai reputasi, kredibilitas, dan stabilitas perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar biasanya memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber daya, struktur organisasi yang lebih kompleks, sistem manajemen risiko yang lebih mapan, serta pengalaman bisnis yang lebih lama. Kondisi ini memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan bertahan dan berkembang dalam jangka panjang, serta mampu menghasilkan arus kas yang stabil. Dengan demikian, investor cenderung memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan besar, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan di pasar.

Penelitian ini dilakukan tentunya tanpa terlepas dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan. Hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan berbeda-

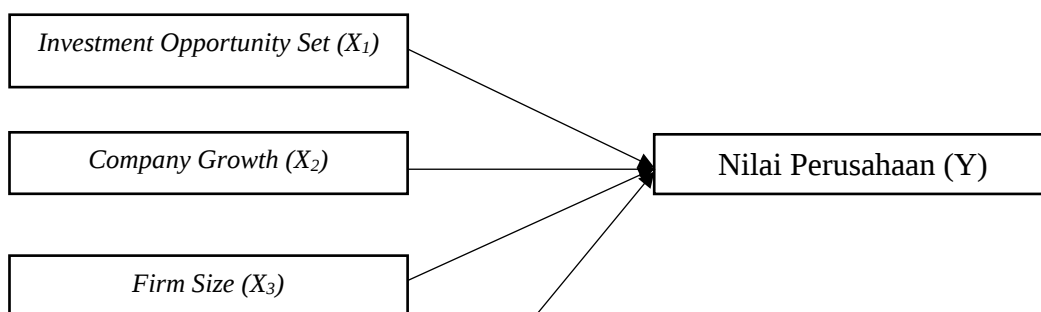
beda atau ketidak konsistenan antar peneliti-peneliti tersebut. Seperti pada penelitian dari Fajriah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa *firm size* terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Hasil lain yang berbeda dari penelitian dari Santoso & Junaeni (2022) dan Berliana & Sekar (2023) yang menunjukkan *firm size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃: *Firm size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

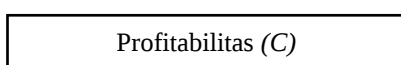
2.9 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara *Investment Opportunity Set* (IOS), pertumbuhan perusahaan (*company growth*), ukuran perusahaan (*company size*), dan nilai perusahaan. IOS mencerminkan peluang investasi di masa depan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan menunjukkan peningkatan aset yang mencerminkan prospek bisnis yang lebih baik, sehingga dapat berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas finansial dan stabilitas operasional, yang dapat memberikan keyakinan kepada investor dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, ketiga variabel ini dianggap memiliki peran penting dalam menentukan nilai perusahaan, yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Variabel Independen



Variabel Kontrol



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, menurut Sudaryono (2021), penelitian asosiatif / kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2021) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas *Investment Opportunity Set* (IOS) (X1), *Company Growth* (X2) dan *Firm Size* (X3) terhadap variabel Y yaitu Nilai Perusahaan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Menurut Sugiyono (2021) Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian sekunder dan penelitian ini juga menggunakan data kuantitatif dimana data yang bersumber laporan keuangan (*annual report*), laporan tahunan perusahaan selama periode yang dibutuhkan dalam pengamatan. Data laporan keuangan perusahaan dan laporan tahunan perusahaan diperoleh dari laman internet Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan website masing-masing perusahaan sampel. Data dari harga penutupan saham mingguan perusahaan dan data harga penutupan saham mingguan pasar diperoleh dari *yahoo! Finance*, *investin.com*

3.2 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti mempergunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2021) studi pustaka merupakan kajian teoritis, referensi, serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai, dan norma yang berkembang pada situasi sosial. Penelitian ini menggunakan Studi pustaka, dilakukan dengan cara memperoleh dan mengolah data yang berasal dari buku, artikel, jurnal, penelitian maupun sumber tertulis lainnya.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2021) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi yang dimaksud adalah dengan cara mengumpulkan data telah terdokumentasikan sebelumnya oleh perusahaan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sekaran & Bougie (2019), populasi yaitu seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik yang ingin diteliti. Riyanto & Hermawan (2020) mengartikan populasi sebagai keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti. Populasi sebagai kumpulan dari seluruh elemen atau individu yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian. Populasi memiliki cakupan yang luas sehingga harus disesuaikan dengan kualitas dan karakter yang dibutuhkan peneliti sehingga mencapai kesimpulan. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan populasi yaitu perusahaan Sektor *Property and Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam tahun 2019-2023. Pengambilan dan pengumpulan data laporan keuangan didapat dari www.idx.co.id.

3.3.2 Sampel

Untuk memperoleh sampel yang representatif maka penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik *sampling* dimana kriteria-kriteria tertentu (Riyanto & Hermawan, 2020). Adapun kriteria-kriteria penentuan sampel sebagai berikut:

1. Perusahaan Sektor *Property and Real Estate* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun penelitian yaitu tahun 2019-2023.
2. Perusahaan Sektor *Property and Real Estate* yang menerbitkan laporan keuangan selama 5 (lima) tahun, yaitu tahun 2019-2023.
3. Perusahaan Sektor *Property and Real Estate* yang tidak delisting.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam bab ini membahas variabel penelitian dan definisi operasional. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dimana terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan dalam penelitian ini merupakan hubungan asosiatif yaitu mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dimana ada variabel eksogen (bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel endogen (terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada empat variabel yang terdiri dari satu variabel endogen, tiga variabel eksogen. Variabel endogennya yaitu nilai perusahaan. Variabel eksogennya yaitu *Investement Opportunity Set*, *Company Growth* dan *firm size*.

3.4.1 Variabel Independen

Variabel Independent adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variable Independent dinamakan pula dengan variabel yang diduga sebagai hubungan dari variabel dependent. Dalam penelitian ini variabel yang dijadikan variabel independen adalah: *Investement Opportunity Set* (X1), *Company Growth* (X2), dan *firm size* (X3).

3.4.2 Variabel Dependen

Variable Dependen adalah tipe variable yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variable independent. Variable Dependen sebagai variable konsekuensi. Dalam penelitian ini yang dijadikan Variabel dependen adalah Nilai Perusahaan.

3.4.3 Variabel Controlling

Variabel controlling (atau variabel kontrol) adalah variabel yang dikendalikan atau dijaga konstan oleh peneliti selama proses penelitian untuk menghindari pengaruhnya terhadap hubungan antara variabel independen dan dependen. Tujuannya adalah agar hasil penelitian lebih akurat dan valid, sehingga pengaruh yang terlihat benar-benar berasal dari variabel independen terhadap variabel dependen, bukan dari faktor lain. Variabel controlling adalah Profitabilitas.

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No.	Varibel	Definisi	Pengukuran
Variabel Independen			
1.	<i>Investement Opportunity Set (X1)</i>	Menurut Gaver (2017), IOS mencerminkan proyeksi nilai perusahaan yang bergantung pada pengeluaran yang akan dilakukan di masa mendatang, yang telah ditetapkan sebelumnya oleh manajemen. Investasi yang dilakukan saat ini diharapkan dapat memberikan return yang lebih besar di masa depan.	$MBVE = \frac{\text{Jumlah saham yang beredar} \times \text{Harga penutupan}}{\text{Jumlah Ekuitas}}$
2.	<i>Company Growth (X2)</i>	Rasio pertumbuhan (<i>growth ratio</i>) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam	$Growth = \frac{\text{Penjualan (t)} - \text{Penjualan (t - 1)}}{\text{Penjualan (t - 1)}}$

No.	Varibel	Definisi	Pengukuran
		mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.	
3.	<i>Firm Size</i> (X3)	Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran, skala atau variabel yang menentukan besar kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aset, kapitalisasi pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain.	Ukuran perusahaan = Ln (Total Aset)
Variabel Dependen			
4	Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan dari perusahaan adalah harga yang tersedia untuk dijual oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut ingin menjual. Nilai perusahaan adalah nilai pasar sekuritas hutang dan ekuitas yang beredar.	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$ Nilai buku saham dapat dihitung $Book\ Value\ per\ Share = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$
Variabel Controlling			
4	Profitabilitas (C)	Profitabilitas atau rentabilitas merupakan salah satu indikator utama yang mencerminkan kemampuan	$ROA = \frac{\text{Jumlah Laba Bersih}}{\text{Jumlah Total Aset}} \times 100\%$

No.	Varibel	Definisi	Pengukuran
		perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu (Sunyoto, 2018).	

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (Sugiyono, 2021). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif yang menghasilkan nilai rata-rata, maksimum, minimum, dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian sehingga secara kontekstual mudah dimengerti.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik merupakan prasyarat dalam analisis regresi yang menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam regresi linier dengan metode estimasi OLS, meliputi uji linieritas, uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Namun demikian, tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada setiap model regresi dengan metode OLS Basuki & Prawoto (2019), termasuk juga dalam penelitian ini.

1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2021) uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid. Model penelitian yang baik memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas data penelitian ini dilakukan dengan

menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji ini yaitu jika di atas tingkat signifikansi 0,05 maka menunjukkan pola distribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Menurut Sugiyono (2021), Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Variabel independen yang saling berkorelasi membuat variabel tersebut menjadi tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Uji multikolonieritas dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi yaitu dengan dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya, (2) *Variance Influence Factor* (VIF). ukuran tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki kesempatan dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Atau dengan kata lain variabel independen dapat menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresi oleh variabel independen lainnya. Multikolonieritas terjadi apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10. Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau VIF lebih kecil dari 10 maka model regresi tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Autokolerasi

Menurut Sugiyono (2021), Uji Glejser adalah metode yang digunakan untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut dari residual ($UbsUt$) terhadap variabel independen. Jika hasil regresi menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas dalam model tersebut.

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Mengacu pada Aditya Nalendra (2021), penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + et$$

Dimana:

- a = Konstanta
- Y = Nilai Perusahaan
- X₁ = *Investement Opportunity Set*
- X₂ = *Company Growth*
- X₃ = *Firm Size*
- b₁ = Koefisien Regresi Variabel X₁
- b₂ = Koefisien Regresi Variabel X₂
- et = Varians pengganggu

3.5.4 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati merupakan variabel-variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Sugiyono, 2021).

3.5.5 Uji Statistik t

Uji t pada dasarnya menunjukkan pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil nilai t tabel

digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n-1$ sebagai berikut:

- a. H_0 ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $p\text{ value} < \alpha$, 5, artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. H_0 diterima jika $-t_{\text{hitung}} > -t_{\text{tabel}}$ atau $p\text{ value} > \alpha$, 5, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.5.6 Uji Kelakayakan Model

Untuk menilai kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan Uji F (Simultan). Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen, yaitu *Investment Opportunity Set*, *Company Growth*, dan *Firm Size*, secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu *nilai perusahaan*. Dengan kata lain, Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi yang dibangun layak digunakan dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Kriteria kelayakan model ditentukan berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dari hasil Uji F, di mana jika nilai Sig. $< 0,05$ maka model dianggap layak atau signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan memiliki kontribusi yang bermakna dalam memprediksi variabel dependen, sehingga model regresi dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya mengenai pengaruh *Investment Opportunity Set*, *Company Growth* (Sales Growth), dan *Firm Size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *real estate* dan *property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama yaitu *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, H_1 dalam penelitian ini terdukung.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua yaitu *Company Growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, H_2 dalam penelitian ini tidak terdukung.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga yaitu *Firm Size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, H_3 dalam penelitian ini tidak terdukung.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu variabel independen yang digunakan hanya mencakup *investment opportunity set*, *company growth*, dan *firm size*, sedangkan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti profitabilitas, leverage, struktur kepemilikan, maupun faktor eksternal ekonomi yang belum dikaji dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Dari hasil uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka terdapat beberapa pokok saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut :

1. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar menambah periode waktu pengamatan atau menggunakan data yang lebih panjang untuk mendapatkan

hasil yang lebih stabil dan dapat mencerminkan tren jangka panjang nilai perusahaan secara lebih akurat.

2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel-variabel lain yang juga dapat memengaruhi nilai perusahaan, seperti profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen, atau efektivitas strategi manajerial, agar memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan mempertimbangkan penggunaan pendekatan sektor atau industri yang berbeda agar dapat melihat apakah hasil yang diperoleh konsisten di luar sektor real estate dan property, seperti sektor manufaktur, keuangan, atau teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Nalendra, A. R. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Media Sains Indonesia.
- Alamsyah, M. F., & Yulianti, Y. (2022). The effect of good corporate governance on the financial performance of *property* and *real estate* sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. *Asian Management and Business Review*, 90–102. <https://doi.org/10.20885/AMBR.vol2.iss1.art8>
- Anggraini, R., & Yan, M. H. N. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas dan *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 130–137. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.2051>
- Aurel oktavia, S., & Yanti, H. B. (2022). ANALISIS PENGARUH PRUDENCE, UKURAN PERUSAHAAN, GROWTH OPPORTUNITIES, DAN DEFAULT RISK TERHADAP EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT (ERC). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 963–976. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14510>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2019). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Rajagrafindo Persada.
- Berliana, H., & Sekar, M. (2023). DAMPAK IOS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN SUSTAINABILITY REPORTING TERHADAP NILAI PERUSEROAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI MODERASI. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3161–3172. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17798>
- Cahyani, N. P. I., Putra, I. G. C., & Manuari, I. A. R. (2022). PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 4(2).
- Chabachib, M., Hersugondo, H., Septiviardi, D., & Dapit Pamungkas, I. (2020). The Effect of *Investment Opportunity Set* and *Company Growth* on Firm Value: Capital Structure as an Intervening Variable. *International Journal of Innovation, Creativity and Change. Www.Ijicc.Net*, 12(11). www.ijicc.net
- Deni Sunaryo, Etty Puji Lestari, Siti Puryandani, & Hersugondo Hersugondo. (2023). The Influence of *Investment Opportunity Set* (IOS) and Return on

- Assets on The Quality of Earnings With Company Size as A Moderation Variable. *Proceeding of The International Conference on Business and Economics*, 1(2), 96–121. <https://doi.org/10.56444/icbeuntagsmg.v1i2.912>
- Deska, E. P. (2022). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Pemediasi. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(3), 240–250. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.171>
- 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>
- Fauziah, S. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019* [HG Finance]. Ekonomi.
- Hardiyanti, S. D., Solikhin, A., & Khalik, I. (2024). Pengaruh Leverage Melalui *Investment Opportunity Set* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Pertanian di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1060. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2028>
- Hasanah, V. N., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2023). Sustainability Reporting, Foreign Ownership, Firm Value as a Function of *Investment Opportunity Set*. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 15(1), 13–23. <https://doi.org/10.15294/jda.v15i1.35793>
- 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>
- Indah Sari, R. T., & Rokhmania, N. (2020). The effect of *company size*, *company growth*, *earnings growth*, and *capital structure* on *earnings response coefficient*. *The Indonesian Accounting Review*, 10(1), 83–94. <https://doi.org/10.14414/tiar.v10i1.1773>
- Ionita, C., & Dinu, E. (2021). The effect of intangible assets on sustainable *growth* and *firm value* – Evidence on intellectual capital investment in companies listed on Bucharest Stock Exchange. *Kybernetes*, 50(10), 2823–2849. <https://doi.org/10.1108/K-05-2020-0325>
- Irawati, D. M., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 813–827. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.741>
- Kartika, D., & Halim, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Environmental Disclosure (Studi Empiris pada

- Perusahaan Manufaktur Subsektor Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). *JUDICIOUS*, 3(2), 335–345. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1130>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Khofifah, N. L. (2020). *Pengaruh Modal Kerja, Investasi Aktiva Tetap Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Pada PT. Sepatu Bata Tbk*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Krisnando, K., & Novitasari, R. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 71–81. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.436>
- Larasati, D., & Hwihanus, H. (2023). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(2), 165–177. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i2.2579>
- Lawita, N. F., & Binangkit, I. D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Financial Distress pada Perusahaan Transportasi di Indonesia dengan *Firm Size* sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 12(2), 247–256. <https://doi.org/10.37859/jae.v12i2.3265>
- Leon, H. (2022). Pengaruh Likuiditas, Kebijakan Dividen, dan *Investment Opportunity Set* Terhadap Konservatisme Akuntansi. In | *Prosiding National Seminar on Accounting UKMC* (Vol. 1, Issue 1).
- Nasution, R. P. (2021). Pengaruh Keputusan Investasi, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI. *Juripol*, 4(1), 172–177. <https://doi.org/10.33395/juripol.v4i1.11028>
- Nurafifah, P., & Supriati, D. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Moderasi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2019. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1(1), 1–18.
- Nurjannah, S., & Maqsudi, A. (2023). PENGARUH INVESTMENT OPPORTUNITY SET, KEBIJAKAN DEVIDEN DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2021. *Journal of Student Research*, 1(2), 286–301. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.999>

- Pamungkas, W. S. (2024). The Consequence Of *Investment Opportunity Set* In Strengthening Investment Policy On Profitability In Indonesia. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 26(1). <https://doi.org/10.21070/ijins.v26i1.998>
- Prasetya Margono, F., & Gantino, R. (2021). INFLUENCE OF FIRM SIZE, LEVERAGE, PROFITABILITY, AND DIVIDEND POLICY ON FIRM VALUE OF COMPANIES IN INDONESIA STOCK EXCHANGE. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 10(2), 45–61. <https://doi.org/10.12775/CJFA.2021.007>
- Putri, M. A., & Aryansyah, A. F. (2024). Nilai Perusahaan: Implikasi Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 783. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1824>
- Qotimah, K., & Kalangi, L. (2023). PENGARUH ANALISA FUNDAMENTAL TERHADAP RETURN INVESTASI PADA SAHAM SECOND LINER DI SEKTOR ENERGI PERIODE 2019-2022 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA THE EFFECT OF FUNDAMENTAL ANALYSIS ON INVESTMENT RETURN IN SECOND LINER SHARE IN THE ENERGY SECTOR FOR THE 2019-2022 PERIOD LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE. In *Korompis 12 Jurnal EMBA* (Vol. 11, Issue 3).
- Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Santoso, B. A., & Junaeni, I. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(2), 1597–1609. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.795>
- Saputri, C. K., & Giovanni, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(1), 90–108. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i1.10563>
- Sarahwati, Y., Setiadi, I., Teknologi, I., Bisnis, D., & Dahlan Jakarta, A. (2021). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PROFITABILITAS TERHADAP EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT (Studi pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI periode 2014-2018)* (Vol. 19). <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/kompartemen/>
- Sasongko, N. N., Puspawati, R. K., & Wijayanto, K. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR), *Firm Size*, Profitability, and Leverage on Earnings Response Coefficient (ERC). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 21–35. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v5i1.10681>
- Savitri, D. A. M., Kurniasari, D., & Mbiliyora, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal

sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(02). <https://doi.org/10.29040/jap.v21i02.1825>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis I: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Salemba.

Senthilkumar, Dr. C., & Packiaraji, C. Dr. S. (2024). *Fundamentals Of Financial Management*. San International Scientific Publications. <https://doi.org/10.59646/ffm/152>

Septiani, M., & Wulandari, E. (2022). PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP STRUKTUR MODAL. *JJAR : Journal Of International Accounting Research*, 1(02), 58–68. <https://doi.org/10.62668/jiar.v1i02.341>

Sudaryono. (2021). *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. CV Andi. Offset. .

Sugiharto, S. A., & Hendratno, H. (2022). PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, FREE CASH FLOW, DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET ATAS NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 829–844. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2430>

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian. Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

Sunaryo, D., Lestari, E. P., Puryandani, S., & Hersugondo, H. (2022). CAN COMPANY SIZE AND FINANCIAL DISTRESS MODERATE IN SOLVE STOCK RETURNS IN RETAIL SECTOR COMPANIES. *Proceeding of The International Conference on Economics and Business*, 1(2), 291–309. <https://doi.org/10.55606/iceb.v1i2.133>

Syaifuddin, M. S. (2021). The Effect of *Investment Opportunity Set*, Capital Structure, Interest Rate and Inflation on Firm Value. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 2(2), 62–72. <https://doi.org/10.14421/jies.2021.2.2.62-72>

Tamara, I. G. A. A. A., & Suaryana, I. G. N. A. (2020). Pengaruh Growth Opportunity dan Leverage pada Earning Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(6), 1414. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i06.p06>