

INFLUENCE OF RETURN ON ASSET, DEBT TO ASSET RATIO, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SALES GROWTH OF FIRM VALUE OF THE PROPERTY AND REAL ESTATE COMPANIES LISTED ON INDONESIA STOCK EXCHANGE (IDX) PERIOD OF 2017-2021

Anton¹, Winda Oktaviana², Syukri Hadi³

^{1,2,&3}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Email: anton.st.maharajo@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the company value (PBV) of property and real estate companies that listed on Indonesia Stock Exchange in the 2017-2021 period based on ROA, DAR, CSR, and Sales Growth. The sampling technique used was purposive sampling and obtained a sample of 45 companies. The research method used is multiple regression analysis using SmartPLS3.0. The result of this study indicate that the ROA and Sales Growth significant to PBV of property and real estate companies that listed on Indonesia Stock Exchange in the 2017-2021 period, while the rest, namely DAR and CSR not significant to PBV of property and real estate companies that listed on Indonesia Stock Exchange in the 2017-2021 period.

Keywords : PBV; ROA; DAR; CSR; Sales Growth

PENGARUH RETURN ON ASSET, DEBT TO ASSET RATIO, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, SALES GROWTH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SUBSEKTOR PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai perusahaan (PBV) dari perusahaan subsektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 - 2021 berdasarkan ROA, DAR, CSR, *Sales Growth*. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 45 perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda menggunakan *SmartPLS3.0*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel ROA dan *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap PBV perusahaan subsektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021, sedangkan DAR dan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV perusahaan subsektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

Kata Kunci : PBV; ROA; DAR; CSR; Sales Growth

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik perusahaan dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Pada era globalisasi saat ini semakin pesat berkembangnya dunia usaha, salah satunya adalah di bidang properti dan *real estate* dimana bidang tersebut merupakan bidang yang mempunyai karakteristik cepat berubah (*volatility*) mulai dari peningkatan karena semakin bertambahnya *demand* dari masyarakat ataupun penurunan yang terjadi dikarenakan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap mutu dan kualitas yang dihasilkan tidak memuaskan.

Salah satu faktor yang membuat para investor menanamkan modalnya saat berinvestasi adalah return yang tinggi, dengan return yang tinggi maka investor akan berharap akan mendapatkan imbalan yang tinggi atas investasi yang dilakukan. Tandelilin (2010) *Return* yang diperoleh para investor tergantung oleh instrumen yang digunakan. Investor perlu melakukan penilaian terlebih dahulu terhadap saham-saham yang akan dipilihnya dalam mengambil keputusan berinvestasi, selanjutnya menentukan apakah saham tersebut akan memberikan keuntungan yang sesuai dari apa tingkat keuntungan yang diharapkan.

Nilai perusahaan tercermin dalam kinerja perusahaan, apabila kinerja keuangan perusahaan menunjukkan adanya prospek yang baik maka saham akan diminati oleh investor dan harganya meningkat (Daniarto, 2013). Nilai perusahaan ini merupakan suatu hal yang penting bagi seorang manajer maupun bagi seorang investor. Bagi seorang manajer nilai perusahaan merupakan suatu tolak ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Sedangkan bagi investor peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan (Setiani, 2013).

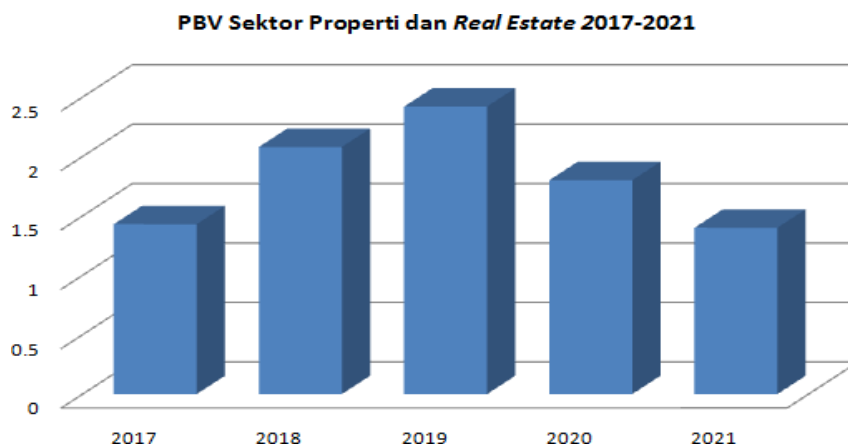
Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur, bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Susanti (2016) Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.

Menurut I Nyoman Agus Suwardik (2017) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai harga yang dibayarkan calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual, ketika perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan. Investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi.

Investasi di bidang properti dan *real estate* diyakini menjadi salah satu investasi yang menjanjikan, karena pada umumnya investasi di bidang properti dan *real estate* bersifat jangka panjang dan akan bertumbuh sejalan dengan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan sector properti dan *real estate* tentunya akan menarik minat investor dikarenakan harga bangunan dan tanah yang cenderung naik, *supply* tanah bersifat tetap sedangkan *demand* akan selalu bertambah besar seiring dengan pertambahan jumlah penduduk serta bertambahnya kebutuhan manusia akan tempat tinggal, pusat perbelanjaan, perkantoran, rumah sakit, dan lain-lain.

Salah satu rasio yang digunakan investor untuk mengukur kesehatan dari suatu perusahaan adalah dari sisi profitabilitas nya. Menurut Sartono, (2014) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva, serta modal sendiri. Jika kondisi perusahaan dikategorikan menguntungkan atau menjanjikan keuntungan dimasa mendatang maka akan banyak investor yang akan menanamkan dananya untuk membeli saham tersebut. Hal ini akan mendorong harga saham naik menjadi lebih tinggi.

Namun sektor properti dan *real estate* menempati peringkat terendah pada tahun 2020 dalam kinerja indeks seluruh sektor yaitu sebesar -21,23%. Hal ini disebabkan karena adanya pandemi *covid-19* serta kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga harga saham-saham di perusahaan sektor properti mengalami penurunan.



Gambar 1. Grafik Nilai PBV Perusahaan Sub-Sektor Properti dan Real Estate Periode 2017 - 2021

Nilai PBV perusahaan sub-sektor properti dan real estate selama 5 tahun terakhir. Pada tahun 2017 nilai perusahaan sub-sektor Properti dan Real Estate mengalami penurunan sebesar 12%. Hal tersebut dapat dilihat dari data-data penjualan perusahaan properti yang tercatat di BEI, sebagian besar perusahaan tidak mencapai target. Faktor yang menjadi penghambat pertumbuhan bisnis properti dan real estate adalah persyaratan uang muka (16,57%), suku bunga KPR (20,36%), perizinan (14,45%), pajak (16,13%), serta kenaikan harga bahan bangunan (11,68%) yang mempengaruhi masyarakat untuk mengandalkan kredit bank (KPR) untuk membeli rumah. Pada tahun 2018 dan 2019 nilai PBV perusahaan sub-sektor properti dan real estate mengalami kenaikan yang baik, pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh tingginya permintaan atas kebutuhan hunian masyarakat. Sedangkan, pada tahun 2020 nilai perusahaan mengalami penurunan yang cukup tinggi sebesar 42%. Di tahun 2021, mengalami penurunan kembali. Pandemi Covid-19 adalah salah satu faktor yang menyebabkan penurunan nilai saham pada subsektor properti dan real estate. Hal tersebut mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap real estate dan produk serta jasa lainnya menjadi menurun. Meskipun indeks saham perusahaan sub-sektor properti dan real estate mengalami penurunan, namun saham-saham emiten di bidang ini masih memiliki likuiditas yang tinggi. Investor tertarik untuk berinvestasi di sektor ini karena harga tanah dan bangunan cenderung meningkat ketika pasokan tanah stabil dan permintaan meningkat di sektor ini seiring dengan pertumbuhan penduduk untuk membeli perumahan. (Arianty, 2021).

Fenomena diatas menunjukkan bahwa kinerja pada perusahaan sektor Properti dan Real Estate saat ini mengalami penurunan. Penurunan nilai perusahaan tersebut disebabkan oleh faktor eksternal perusahaan yaitu pandemi covid-19 yang terjadi saat ini, hal tersebut dapat mempengaruhi harga saham seluruh perusahaan turun salah satunya di bidang properti dan real estate. Sedangkan terdapat faktor internal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Peningkatan harga saham tidak selalu diiringi dengan kenaikan PBV, begitu juga sebaliknya.

Pertumbuhan laba merupakan persentase kenaikan laba yang diperoleh oleh sebuah perusahaan. Isyarat sebuah perusahaan dengan pertumbuhan laba yang baik adalah perusahaan yang memiliki keuangan yang baik, hal ini juga dapat meningkatkan nilai perusahaan karena besarnya nilai dividen di masa mendatang sangat bergantung pada keadaan perusahaan (Prasetyono dan Hapsari, 2009). Setiap perusahaan pasti mengharapkan adanya kenaikan laba pada setiap periode.

Selain rasio profitabilitas, investor juga akan melihat dari sisi *leverage* perusahaan. Untuk memperoleh sumber pendanaan, perusahaan dapat mempercayakan sumber pendanaan yang berasal dari dalam perusahaan seperti penyusutan dan laba ditahan. Perusahaan dapat menggunakan hutang (*leverage*) untuk memperoleh modal guna mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun panjang. *Leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang (Wiagustini, 2010). Dalam hal ini investor akan melihat keamanan dan resiko modal yang mereka tanamkan pada suatu perusahaan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan, artinya *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Di lain hal penggunaan hutang diharapkan perusahaan akan mendapat respon positif oleh pihak luar. Jadi hutang merupakan tanda positif untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor (Hanafi, 2012).

Menurut (Solichah, 2017), (Arianty, 2021) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Pada umumnya perusahaan lebih menyukai pendapatan yang mereka terima digunakan sebagai

sumber utam dalam pembiayaan untuk investasi. Keuntungan yang layak dibagikan oleh perusahaan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayar dividennya. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan *return on assets* (ROA). Dilakukan penelitian oleh (Salempang *et al.*, 2016). Hal tersebut membuktikan bahwa profitabilitas (ROA), mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor *real estate* dan *properti*. Sedangkan hasil penelitian oleh (Setiawanta, 2016) ini menunjukkan bahwa ROA dan CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio solvabilitas atau sering disebut juga dengan rasio *leverage* adalah sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. Hasil penelitian (Luthfiana, 2018) ini menunjukkan bahwa: solvabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Permana & Rahyuda, 2018) Solvabilitas secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau disebut juga tanggungjawab sosial perusahaan. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan memiliki tanggung jawab kepada pemangku kepentingan baik dari pihak internal maupun dari pihak eksternal. Tanggung jawab eksternal perusahaan berupa *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan CSR diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/ 2012). Hasil penelitian (Dewi Arysta, 2021) ini membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian (Lubis, 2019) yang hasilnya *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Menurut (Kesuma, n.d.), pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Pihak manajemen perlumempertimbangkan sumber pendanaan yang tepat bagi pembelanjaan aset tersebut. Hasil penelitian (Patricia, 2021) membuktikan bahwa *Sales Growth* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan penelitian (Sinaga *et al.*, 2019) yang hasilnya *Sales Growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas dan dikarenakan adanya perbedaan dari hasil penelitian terdahulu, maka direncanakan suatu penelitian yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas (ROA), Solvabilitas (DAR), Corporate Social Responsibility, Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021”**

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal

Signalling Theory yang dikemukakan oleh Ross (1977), menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. *Signalling theory* menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau tanda bahwa perusahaan juga telah beroperasi dengan baik. Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal.

Nilai Perusahaan

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). 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.

Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolak ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya. Peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi di perusahaan (Indrarini, 2019).

Pengertian Rasio Keuangan

Rasio dapat dipahami sebagai perbandingan suatu angka tertentu pada suatu akun terhadap angka dari akun lainnya. Analisa rasio sering digunakan oleh manajer, analisis kredit, analisis saham. Analisis rasio bermanfaat karena membandingkan suatu angka secara relatif, sehingga bisa menghindari kesalahan penafsir pada angka mutlak yang ada di dalam laporan keuangan itu dilihat perbandingan dengan harapan nantinya akan ditemukan jawaban yang selanjutnya itu dijadikan bahan kajian untuk dianalisis dan diputuskan. (Murhadi, 2013)

Pengertian ROA

Return on assets (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Semakin kecil rasio ini semakin kurang baik, demikian pula sebaliknya. Rumus untuk mencari *Return On Asset* (ROA) adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Pengertian DAR

Debt to Asset Ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rumusan untuk mencari *debt to asset ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Riswari (2012) konsep CSR sebagai salah satu tonggak penting dalam manajemen korporat. Pengertian dari CSR telah dikemukakan oleh banyak peneliti. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh (Kurtz, 2008), pengertian tanggung jawab sosial (*social responsibility*) secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

Untuk menghitung CSRI dilakukan dengan cara menghitung dari setiap item CSR dalam instrumen penelitian. Setiap item diberi nilai 1 bila diungkapkan dan 0 bila tidak diungkapkan (Haniffa, 2005). Kemudian skor tersebut dijumlah dan dibagi dengan jumlah item dari setiap jenis perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut: (Haniffa, 2005)

$$CSRI_i = \frac{\sum xy_i}{ni}$$

Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth)

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

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan tahun}_t - \text{Penjualan tahun}_{t-1}}{\text{Penjualan tahun}_{t-1}}$$

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Hubungan ROA dan Nilai Perusahaan

Menurut Soelistyoningrum (2011), analisis ROA merupakan rasio terpenting diantara rasio profitabilitas lainnya dan merupakan teknik yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Arfina Nurharli, 2018) dan (Fahrizal, 2013) yang menyatakan bahwa *Return on Asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1: *Return on Asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Hubungan DAR dan Nilai Perusahaan

Kasmir (2017) menyatakan : *Debt To Total Asset Ratio* merupakan utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Made Agus Teja Dwipayana (2016) *Debt to Total Asset Ratio* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H2 : *Debt to Total Asset Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Pengaruh Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Corporate Social Responsibility, Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 (Anton, Winda Oktaviana, dan Syukri Hadi)

Hubungan CSR dan Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan dalam sebuah tindakan yang berdasarkan pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang seiring dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan juga keluarganya, sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya (Hadi, 2014)

Teori tersebut didukung oleh penelitian Sartika (2017) yang menyatakan CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Hubungan Sales Growth dan Nilai Perusahaan

Sales growth atau pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi (Karina Meidiawati dan Titik Mildawati, 2016).

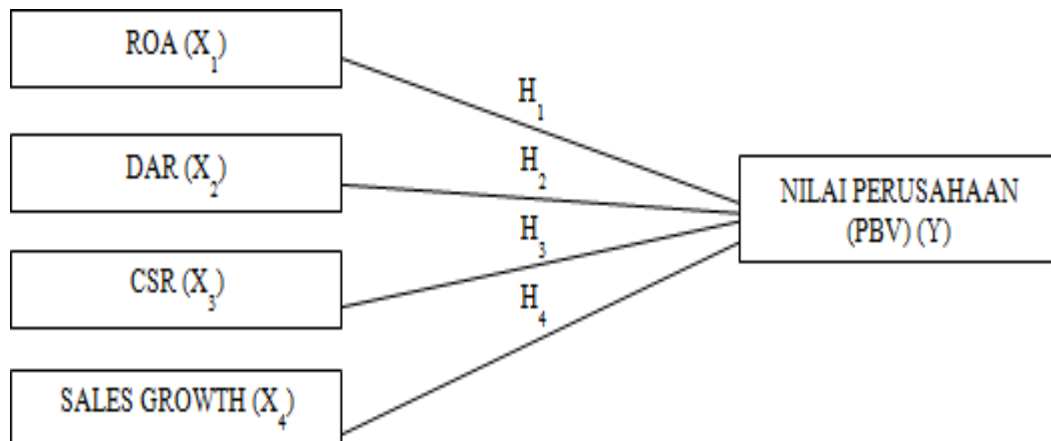
Teori tersebut didukung oleh penelitian Zhafiira & Andayani (2019) *sales growth* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H4 : *Sales Growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV).

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan deskripsi hubungan antar *Return on Asset*, *Debt to Total Asset Ratio*, *Corporate Social Responsibility*

dan *Sales Growth* terhadap nilai perusahaan maka dirumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yang dilakukan dengan mengambil data perusahaan *properti* dan *real estate* yang sudah *go public* yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui www.idx.co.id. Waktu penelitian mulai dilakukan pada bulan September 2022 sampai dengan Januari 2023.

Populasi dan Sampel

Riduwan (2008) menjelaskan pengertian populasi sebagai berikut : Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah setiap perusahaan di sektor *properti* dan *realestate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017 – 2021 sebanyak 77. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Pengujian atas asumsi klasik dan uji hipotesis menggunakan SPSS sebagai alat analisis. Apabila hasil pengujian normalitas dengan SPSS data tidak terdistribusi normal, maka penelitian ini akan dilanjutkan dengan aplikasi PLS.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2, yaitu : Variabel Independen atau Variabel Bebas

(X) Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah rasio keuangan yang terdiri atas ROA, DAR, CSR, dan *sales growth*. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y) Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono (2011). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mencari adanya hubungan antara variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh ROA, DAR, CSR, dan *Sales Growth* pada Perusahaan *Properti* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 – 2021. Metode analisis data ini akan dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$PBV = \beta_0 + ROAX_1 + DARX_2 + CSRX_3 + SGX_4 + e$$

Dimana PBV adalah *Price to Book Value*, β_0 adalah Konstanta, ROA adalah *Return on Asset*, DAR adalah *Debt to Total Asset Ratio*, CSR adalah *Corporate Social Responsibility*, SG adalah *Sales Growth*, X_1 adalah ROA, X_2 adalah DAR, X_3 adalah CSR, X_4 adalah *Sales Growth*, e adalah *Error Term* / Faktor lain

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Tabel Analisis Deskriptif

Variabel	Minimal	Maksimal	Rata-rata	Standar Deviasi
ROA	(37.52)	34.98	2.15	0.06
DAR	0.01	1.11	0.36	0.10
CSR	0.00	1.01	0.50	0.05
SG	(100.00)	436.03	3.36	0.45
PBV	(0.97)	12.77	0.98	0.98

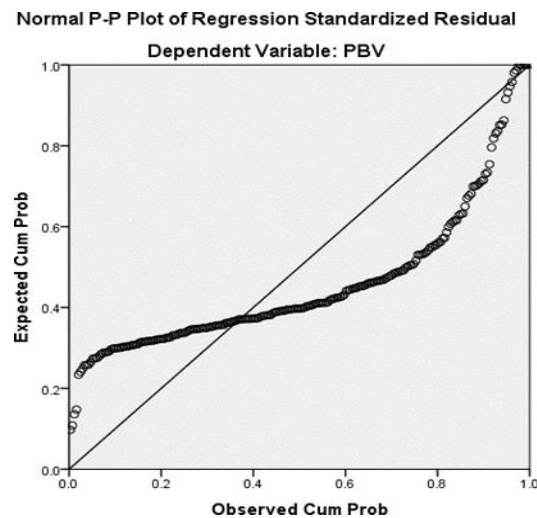
Sumber: Data olahan, 2022

Dalam penelitian ini, terdapat 5 variabel yang diteliti yaitu ROA, DAR, CSR, *Sales Growth*, dan PBV. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari tahun 2017 – 2021 nilai ROA tertinggi adalah 34.98, terendah -37.52, rata-rata ROA 2017-2021 ialah 2.15, sedangkan standar deviasinya adalah 0.06. DAR tertinggi adalah 1.11, terendah 0.01, untuk rata-ratanya 0.36, dan standar deviasi 0.102. Nilai maksimal CSR adalah 1.01, terendah 0.00, rata-rata 0.50, dan standar deviasinya 0.05. Nilai maksimal *sales growth* adalah 436.03, nilai minimal -100.00, dan untuk rata-rata *sales growth* ialah 3.36, standar deviasinya 0.45. PBV dengan nilai maksimal 12.77, minimal -0.97, rata-rata 0.98, dan standar deviasi 0.98.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik normal P-P Plot dimana jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013).



Sumber : Data Olah SPSS, 2022

Gambar 3. Probability Plot

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa titik-titik menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arahgaris diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdistribusi normal.

Untuk melihat normalitas data menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat dari tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

UnstandardizedResidual		
225		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,41536798
	Absolute	,246
Most Extreme Differences	Positive	,246
	Negative	-,224
Kolmogorov-Smirnov Z		3,696
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) pengujian Kolmogorov- Smirnov sebesar 0.000 atau < 0.05 yang artinya bahwa pengujian normalitas data menggunakan Kolmogorov- Smirnov tidak terdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0.05 . Berdasarkan analisis grafik normal *probability plot* dan uji Kolmogorov- Smirnov menunjukkan bahwa data tidak memenuhi asumsi klasik normalitas data. Oleh karena itu, analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan statistik nonparametrik yaitu *Partial Least Square* (PLS).

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Cara untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $VIF < 10$.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

No	Variabel	VIF	Keterangan
1	ROA	1,059	Tidak ada multikolinearitas
2	DAR	1,033	Tidak ada multikolinearitas
3	CSR	1,014	Tidak ada multikolinearitas
4	<i>Sales Growth</i>	1,032	Tidak ada multikolinearitas

Dependent: Price to Book Value (Y)

Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2022

Dari tabel 3 untuk uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, artinya tidak ada kolerasi antar variabel bebas terhadap nilai perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas dalam variabel penelitian yang digunakan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menunjukkan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

No	Variabel	Original Sample (O)	Kesimpulan
1	ROA	0,172	Berpengaruh Positif
2	DAR	-0,002	Berpengaruh Negatif
3	CSR	0,079	Berpengaruh Positif
4	Sales Growth	-0,104	Berpengaruh Negatif

Sumber: Data Olahan *SmartPLS*, 2022

Koefisien Determinan

Nilai R² merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai seberapa baik suatu model yang digunakan dapat menjelaskan variabel dependennya. Besarnya derajat hubungan antara variabel ROA, DAR, CSR, *Sales Growth* terhadap Nilai Perusahaan / PBV dapat dihitung koefisien determinasinya. Koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dengan melihat besarnya angka *R-Square Adjusted*. Berikut hasil *R-Square Adjusted*.

Tabel 5. *R Square Adjusted*

No	Variabel	R Square	R Square Adjusted
1	Price to Book Value	0,039	0,022

Sumber : Data Olahan *SmartPLS*, 2022

Dari tabel 5 dapat dilihat nilai *R Square adjusted* pada variabel ROA, DAR, CSR, *Sales Growth* terhadap PBV sebesar 0,022 atau 2,2%. Hal ini menunjukkan bahwa ROA, DAR, CSR, *Sales Growth* berpengaruh sebesar 2,2% pada PBV sementara sisanya 97,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Jalur

Analisis jalur (*path analysis*) merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2013). Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai *T value* dengan *T* tabel. Adapun hasil *Path Coefficients* dan uji signifikansi adalah sebagai berikut:

Tabel 6. *Path Coefficients*

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (N)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Kesimpulan
X1 -> Y	0,172	2,15	0,065	2,654	0,008	Signifikan
X2 -> Y	-0,002	0,36	0,102	0,016	0,988	Tidak Signifikan
X3 -> Y	0,079	0,59	0,051	1,559	0,119	Tidak Signifikan
X4 -> Y	-0,104	3,36	0,451	2,564	0,010	Signifikan

Dependent: PBV (Y)

Sumber : Data Olahan *SmartPLS*, 2022

PLS adalah salah satu metode statistik SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang dan multikolinearitas. SEM merupakan suatu metode statistik multivariant yang membantu peneliti untuk menguji teori dan riset empiris yang didukung oleh data.

Pengaruh Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Corporate Social Responsibility, Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 (Anton, Winda Oktaviana, dan Syukri Hadi)

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Uji parsial dalam penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikan sebesar 5% dan nilai ttabel adalah 2.183. Jika $T\text{statistics} < t\text{tabel}$ (2.183) dan nilai $P\text{ Values} > \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima (H_a ditolak), berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika $T\text{statistics} > t\text{tabel}$ (2.183) dan nilai $P\text{ Values} < \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak (H_a diterima), berarti secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Uji Hipotesis (Uji t)

No	Variabel	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
1	ROA	2,654	0,008	Hipotesis diterima
2	DAR	0,016	0,988	Hipotesis ditolak
3	CSR	1,559	0,119	Hipotesis ditolak
4	Sales Growth	2,564	0,010	Hipotesis diterima

Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2022

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh ROA terhadap PBV

Berdasarkan hasil penelitian nilai ROA memiliki nilai positif dan signifikan terhadap PBV. Hasil pengujian ini sesuai dengan teori sinyal, dimana perusahaan dapat menghasilkan laba positif akan memberikan berita yang baik (*good news*) mengenai kondisi perusahaan sehingga berita baik tersebut dapat dijadikan patokan perusahaan untuk kelangsungan hidup usahanya dimasa yang akan datang. Hal ini menunjukkan seberapa besar kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aktiva yang digunakan atau diinvestasikan dalam suatu periode tertentu. Perusahaan yang tingkat penjualannya tinggi akan menghasilkan laba yang tinggi juga, sehingga menunjukkan baiknya kegiatan operasional perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karin Dwi (2018), Arfina Nurharli (2018), Fahrizal (2013), Made Agus (2016). Sementara hasil penelitian Fitrianiingsih (2020) dan Robiyanto (2020) menyatakan nilai ROA berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara hasil penelitian Priska (2019) menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV.

Pengaruh DAR terhadap PBV

Kasmir (2017) menyatakan : *Debt To Total Asset Ratio* merupakan utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Sedangkan menurut Lukman Syamsudin (2007) menyatakan: Rasio ini mengukur seberapa besar aktiva yang dibiayai oleh kreditur. Semakin tinggi *debt ratio* semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan di dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Debt to Assets Ratio (DAR) merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. DAR dibutuhkan perusahaan dalam mengukur kesehatan keuangan perusahaan khususnya dalam menanggung hutang yang dimiliki. Berdasarkan hasil penelitian nilai DAR memiliki nilai negatif dan tidak signifikan terhadap PBV.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Natalia (2013). Sementara hasil penelitian Made (2016) dan Annisa (2020) menyatakan bahwa DAR berpengaruh terhadap PBV.

Pengaruh CSR terhadap PBV

CSR *The World Business Council for Sustainable Development* di New York (2005) mendefinisikan CSR sebagai bentuk kerjasama perusahaan dengan karyawan dan masyarakat berlandaskan suatu komitmen untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan dalam sebuah tindakan yang berdasarkan pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang seiring dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan juga keluarganya, sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya (Hadi, 2014). Berdasarkan hasil penelitian nilai CSR memiliki nilai positif dan tidak signifikan terhadap PBV.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ance (2017). Sementara hasil penelitian Dzikir (2020), Nahda K (2014), Kusumastuti (2021), Sartika (2017), Oktivani (2013) menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap PBV.

Pengaruh *Sales Growth* terhadap PBV

Pertumbuhan perusahaan yang dilihat dari pertambahan total aset sejatinya meningkatkan nilai perusahaan. Menurut (Harahap, 2011) tingginya rasio pertumbuhan penjualan tidak menentukan apakah perusahaan sedang dalam kondisi yang baik atau tidak, karena dalam penjualan yang tinggi tersebut bisa terjadi utang yang tinggi pula. *Sales growth* atau pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang.

Pertumbuhan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mempertahankan posisi usahanya dalam perkembangan ekonomi (Karina Meidiawati dan Titik Mildawati, 2016). Berdasarkan hasil penelitian nilai *sales growth* memiliki nilai negatif dan signifikan terhadap PBV.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Risna (2019). *Sales growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Khoeriyah (2020), dan Zhafira (2019) menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara hasil penelitian Ruth (2020) menyatakan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap PBV.

PENUTUP

Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah ada atau tidaknya pengaruh dari ROA, DAR, CSR, *Sales Growth* terhadap PBV perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017- 2021. Periode penelitian selama 5 tahun mulai dari tahun 2017 hingga 2021 dengan menggunakan 45 sampel perusahaan.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut. Variabel ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap PBV pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Variabel DAR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap PBV pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Variabel CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap PBV pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI. Variabel *sales growth* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap PBV pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah objek penelitian ini hanya terfokus pada perusahaan-perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada periode 2017 – 2021. Sehingga hasil yang diperoleh tidak bisa digunakan untuk sektor BEI lainnya. Variabel independen yang digunakan hanya empat variabel yaitu ROA, DAR, CSR, *Sales growth*. Selain faktor tersebut masih banyak yang menjelaskan tentang penurunan PBV dari data keuangan maupun non keuangan, sehingga penelitian ini belum menjelaskan variabel lain yang mampu mempengaruhi dalam memprediksi hal tersebut.

Sebagai bahan perbaikan atas keterbatasan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran bagi emiten perusahaan emiten seharusnya dapat mengusahakan untuk menciptakan peningkatan nilai *Return on Asset* dan *Sales Growth* karena berdasarkan penelitian ini, variabel tersebut memiliki pengaruh dalam menaikkan nilai perusahaan (PBV). Bagi Investor Pengguna laporan keuangan hendaknya mengumpulkan segala informasi terkait kondisi perusahaan tidak terbatas pada laporan keuangan sehingga dapat membuat keputusan yang memiliki konsekuensi ekonomi secara tepat dan risiko yang timbul dari keputusan tersebut dapat diminimalkan, termasuk risiko terjadinya penurunan nilai PBV pada perusahaan. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian selanjutnya sebaiknya dengan mengganti populasi dan memperluas sampel yang mampu mewakili berbagai jenis sektor perusahaan, tidak hanya disektor properti saja tetapi sektor lainnya dan menambah faktor lainnya yang diduga memiliki pengaruh terhadap prediksi PBV suatu perusahaan. Disamping itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan menggunakan variabel independen lainnya selain dan variabel yang digunakan dari penelitian ini (ROA, DAR, CSR, *Sales Growth*.)

DAFTAR RUJUKAN

- Annisa P. Kingkin, Prof. Marwan Asri, M.B.A., P. . (2020). Pengaruh *Debt To Asset Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2018.
- Arfina Nurharli. (2018). Pengaruh ROA Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel *Moderating* Di Perusahaan Manufaktur Industri Subsektor Tambang Yang Terdaftar Di *Jakarta Islamic Index (JII)* Tahun 2013-2017.
- Arianty. (2021). Pengaruh Brand image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal ilmiah Magister Manajemen Volume 4* .
- Daniarto, R. dan D. M. (2013). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Fundamental Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham. *Journal Of Accounting, Vol 2 No 2*, 1–11.
- Dzikir, A., Syahnur, S., & Tenriwaru, T. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Ajar*, 3, 219–235.
- Fahrizal, H. (2013). Pengaruh *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* Dan *Investment Opportunity Set (IOS)* Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Jenis *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

- Fitrianingsih, Dian and -, Dr. H. Syamsudin, S.E., M. M. (2020). Pengaruh *Return On Assets*, Likuiditas, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Bank Konvensional yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018).
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS (7th ed.). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.
- Hanafi, M. dan A. H. (2012). Analisis Laporan Keuangan.
- Indrarini, S. (2019). Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (*Good Governance* dan Kebijakan Perusahaan). Scopindo.
- Karin Dwi Cahya, J. C. R. (2018). Pengaruh ROA Dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Sustainability Reporting* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di LQ 45.
- Karina Meidiawati dan Titik Mildawati. (2016). Pengaruh *Size*, *Growth*, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 5.
- Kasmir. (2017). Analisis Laporan Keuangan. Edisi Kesatu. Cetakan Kedelapan. In PT Raja Grafindo Persada.
- Keown, et.al. (2004). Manajemen Keuangan : Prinsip-Prinsip dan Aplikasi (9th ed.).
- Kesuma, A. (n.d.). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham Perusahaan *Real Estate* yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia Ali. 38–45.
- Khoeriyah, A. (2020). Pengaruh *Size*, *Leverage*, *Sales Growth* dan *IOS* terhadap nilai perusahaan. 13.
- Kurtz, B. L. dan. (2008). Pengantar Bisnis Jilid Satu. Airlangga.
- Kusumastuti, M.A.R.M., & Dewi, A. . (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Akuntansi, 31, 1854–1866.
- Lubis, N. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating* Pada Perusahaan *Properti* dan *Real Estate*. Thesis
- Luthfiana, A. (2018). Pengaruh Solvabilitas, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI Periode 2014-2017).
- Made Agus Teja Dwipayana, I. G. N. A. S. (2016). Pengaruh DAR, *Dividend* Dan ROA Terhadap Nilai Perusahaan E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 17.
- Murhadi, W. R. (2013). Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham. Salemba Empat.
- Nahda K. dan Harjito D. A. (2014). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Siasat Bisnis, 15, 1–12.
- Oktivani Dian Lestari (2013). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel *Moderating*.
- Patricia, N. (2021). Pengaruh Likuiditas dan *Sales Growth* terhadap *Financial Distress*. <http://eprints.ukmc.ac.id/6028/>
- Permana, A. A. N. B. A., & Rahyuda, H. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(3), 1577–1607. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p15>
- Prasetyono, P., & Hapsari, E. (2009). Analisa Rasio Keuangan untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba (Studi Kasus: Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2001 sampai dengan 2005). Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi (JSMO), 6(1), 150–169.
- Riduwan. (2008). Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis. Alfabeta.
- Risna Herlista, Buntoro Heri Prasetyo, A. A. (2019). *The Effect Of Sales Growth And Profitability On Company Value In Plastic And Packaging Sub-Sector Companies Registered In Indonesia Stock Exchange 2014-2019 Period*. 6.
- Riswari, D. A. D. N. C. (2012). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel *Moderating*. *Journal Of Accounting*, 1, 1–12.
- Robiyanto, Ilma Nafiah, Harijono, dan K. I. (2020). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Perhotelan dan Pariwisata Melalui Struktur Modal Sebagai Variabel *Intervening*. Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 14.
- Ross, S. A. (1977). *The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach*. *The Bell Journal of Economics*, 23–40.
- Salempang, L. E., Sondakh, J. J., & Pusung, R. J. (2016). Pengaruh *Return on Asset*, *Debt To Equity* Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor *Real Estate* Dan *Properti* Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2014. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(3), 813–824.
- Sartika, Y. D. (2017). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di ISSI.
- Sartono, A. (2014). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi (4th ed.).

- Setiani, R. (2013). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Nilai Tukar dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Padang*, 1–10.
- Setiawanta, Y. (2016). Profitabilitas, Likuiditas Dan Nilai Perusahaan (Industri Properti dan *Real Estate* yang Listed Di PT. BEI Pada Tahun 2011-2014). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 151–163.
- Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., & Guci, S. T. (2019). Pengaruh *Sales Growth*, *Firm Size*, *Debt Policy*, *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Properti* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 345–355. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.664>
- Soelistyoningrum, J. N. dan A. P. (2011). Pengaruh Pengungkapan Sustainability report terhadap Kinerja Keuangan: Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Solichah, F. (2017). Pengaruh Kebijakan Hutang Dan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan *Properti* Dan *Real Estate* fsholichah@gmail.com Pendahuluan. *Akademika*, 15(2), 105–110.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Susanti. (2016). Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Di BEI Periode 2013-2015. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol. 02 No.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/27276/17919>
- Tandelilin, E. (2010). Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi (1.Kanisius).
- Zhafiira, C. F., & Andayani, A. (2019). Pengaruh *Sales Growth*, Keputusan Penadnaan, Keputusan Investasi dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Riset Dan Akuntansi*, 8.