



Faktor Penentu Nilai Perusahaan: Peran Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas di Indonesia

Ihsan Nasihin¹, Dian Purwandari², Hendri Nur Ardiansyah³, Erawati Kartika⁴, Desty Prawatiningsih⁵

^{1,2,3}Universitas Buana Perjuangan Karawang/Jl. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang/Indonesia

⁴Universitas AKI/Jl. Imam Bonjol No.15-17, Kelurahan Bulu Lor, Kecamatan Semarang Utara, Kota Semarang/Indonesia

⁵UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten/Jl. Jendral Sudirman No. 30, Panancangan, Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten/Indonesia

Email: ihsan.nasihin@ubpkarawang.ac.id¹, dian.purwandari@ubpkarawang.ac.id², hendri.ardiansyah@ubpkarawang.ac.id³, kartikaera2010@gmail.com⁴, desty.prawatiningsih@uinbanten.ac.id⁵

Citation: Nasihin, I., Purwandari, D., Ardiansyah, H. N., Kartika, E., & Prawatiningsih, D. (2025). Faktor Penentu Nilai Perusahaan: Peran Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas di Indonesia. *Gorontalo Accounting Journal*, 8(1), 152-164. DOI: [10.32662/gaj.v8i1.4007](https://doi.org/10.32662/gaj.v8i1.4007)

Artikel info

Artikel history:

Received: 18-02-2025

Revised: 24-03-2025

Accepted: 01-04-2025

Abstract. *This study aims to analyze the influence of company size and profitability on company value in property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2020-2023 period. The study used a quantitative method with multiple linear regression analysis. Secondary data from the company's financial statements is used, including total assets, Return on Assets (ROA), and Price to Book Value (PBV). Classical assumption tests are performed to ensure the feasibility of the model, including normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation tests. The results show that company size and profitability have a positive and significant influence on the value of the company both partially and simultaneously. The Adjusted R² coefficient of 52.1% shows that these two variables together are able to explain the variation in the company's value. This research emphasizes the importance of company management in improving operational scale and efficiency to create higher value for shareholders.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Data sekunder dari laporan keuangan perusahaan digunakan, mencakup total aset, Return on Assets (ROA), dan Price to Book Value (PBV). Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan kelayakan model, termasuk uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan baik secara parsial maupun simultan. Koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 52,1% menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan. Penelitian ini menegaskan pentingnya manajemen perusahaan dalam meningkatkan skala operasional dan efisiensi guna menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pemegang saham.

Keywords:

Ukuran perusahaan;
kinerja keuangan;
nilai perusahaan

Corresponden author:

Email: ihsan.nasihin@ubpkarawang.ac.id

Pendahuluan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola aset perusahaan untuk menciptakan keuntungan dan pertumbuhan berkelanjutan (Nasihin & Purwandari, 2022). Di pasar modal, khususnya pada sektor properti dan *real estate* di Indonesia, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting bagi investor dalam menentukan keputusan investasi (Nasihin et al., 2025). Sektor ini memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, namun juga menghadapi tantangan yang cukup besar, akibat dari adanya dinamika pasar, perubahan regulasi, dan dampak pandemi COVID-19 (Bunea et al., 2019). Dalam beberapa tahun terakhir, sektor properti dan *real estate* di Indonesia menunjukkan volatilitas yang cukup tinggi. Pandemi COVID-19 pada 2020-2021 menyebabkan perlambatan ekonomi global, termasuk di Indonesia, sehingga berdampak pada kinerja sektor properti. Penjualan properti menurun drastis yang diakibatkan adanya pembatasan aktivitas masyarakat dan daya beli yang melemah (Nasihin et al., 2024). Meskipun ada tanda-tanda pemulihan ekonomi pada rentan 2022-2023, beberapa perusahaan di sektor ini masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas menjadi salah satu indikator kunci sebuah Perusahaan dalam mengukur keberhasilan finansial perusahaan dan menjadi perhatian utama investor. Rasio profitabilitas, seperti *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), sering digunakan untuk mengevaluasi efisiensi pengelolaan aset perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan meningkatkan pertumbuhan penjualan (Nasihin et al., 2022). Namun, tidak semua perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Hal ini dapat menimbulkan pertanyaan tentang faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti ukuran perusahaan, struktur modal, dan strategi manajemen aset (Nasihin, Purwandari, Ardiansyah, & Trisyanto, 2024).

Ukuran perusahaan, yang biasanya diukur melalui total aset atau total pendapatan, sering dianggap sebagai menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Nasihin et al., 2024). Perusahaan dengan ukuran besar cenderung memiliki akses yang lebih mudah ke sumber pendanaan eksternal, diversifikasi produk yang lebih luas, dan stabilitas operasional Perusahaan yang lebih tinggi (Lestari & Sihono, 2023). Namun, dalam konteks sektor properti dan *real estate*, perusahaan besar pun tidak selalu mampu meningkatkan nilai pasar mereka. Misalnya, beberapa perusahaan besar di sektor ini melaporkan penurunan harga saham meskipun memiliki aset yang besar (Martha & Sinta, 2024).

Selain itu, ada beberapa penelitian sebelumnya tentang pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menunjukkan hubungan positif antara profitabilitas dan nilai perusahaan (Nurhaliza et al., 2025), sementara penelitian lain menemukan hubungan yang tidak signifikan atau bahkan negatif (Lestari & Khomsiyah, 2023).

Hal serupa juga terjadi dalam studi tentang pengaruh ukuran perusahaan, di mana beberapa penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dapat berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan (Camilleri, 2017), namun peneliti yang lain menemukan bahwa hubungan tersebut tidak konsisten atau menyebabkan hubungan yang negatif (Rasyid et al., 2022).

Beragamnya hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya gap penelitian yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Penelitian ini memiliki fokus utama pada dua hal berikut, pertama adanya kontradiksi dalam hasil Penelitian yang menunjukkan sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan data yang tidak terfokus pada sektor spesifik seperti properti dan *real estate*. Mengingat sifat unik sektor ini, seperti ketergantungan pada siklus ekonomi dan regulasi pemerintah, penting untuk memahami bagaimana ukuran perusahaan dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan dalam konteks sektor properti di Indonesia. Kedua periode penelitian yang Belum Optimal, karena ada beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan data sebelum pandemi COVID-19, yang mungkin tidak mencerminkan kondisi pasar terkini. Penelitian ini akan mencakup data terbaru (2020-2023), mencakup periode pandemi dan pemulihan ekonomi, sehingga dapat memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai pengaruh kedua faktor tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023.

Dalam penelitian ini menggunakan *grand theory* yang bernama *agency theory*. *Agency theory* dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara pembuat kontrak dan penerima kontrak, (Ros-Tonen et al., 2019). Keagenan atau teori keagenan merupakan situasi yang dapat timbul dalam suatu perusahaan di mana manajemen bertindak sebagai penegak (disebut juga agen) dan pemilik modal (pemilik) bertindak sebagai prinsipal dan membuat perjanjian kerja sama yang dikenal sebagai hubungan kontraktual, (Konuk, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa teori keagenan memberikan suatu kerangka kerja untuk memahami konflik kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham serta menunjukkan upaya apa yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut serta meningkatkan kinerja perusahaan (Adel et al., 2019).

Terkait aspek profitabilitas, teori principal-agent atau agensi teori menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan properti dan *real estate* dapat menjadi indikator kinerja manajemen dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Dari perspektif ukuran perusahaan, perusahaan yang lebih besar, seperti yang terdaftar di BEI, mungkin memiliki lebih banyak kekuatan untuk membuat keputusan yang tidak menguntungkan bagi para pemegang saham. Oleh karena itu, teori agensi dapat membantu untuk memahami apakah ukuran perusahaan berdampak positif atau negatif terhadap nilai perusahaan di sektor Properti dan *real estate* melalui interaksi antara manajemen dan pemegang saham, (Nasihin & Dewi, 2021).

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek dan keberhasilan operasional perusahaan dalam menciptakan keuntungan dan pertumbuhan jangka Panjang perusahaan (Rey-Ares et al., 2021). Nilai perusahaan seringkali diukur dengan oleh *Price to Book Value* (PBV) atau Tobin's Q, yang mengindikasikan sejauh mana pasar menghargai aset perusahaan dibandingkan nilai bukunya. Menurut teori agensi, nilai perusahaan dapat meningkat jika perusahaan mampu memberikan sinyal positif kepada pasar dan para pemegang saham melalui kinerja keuangan yang baik (Nguyen et al., 2019). Pada sektor properti, nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh siklus pasar, kebijakan pemerintah, dan kemampuan perusahaan untuk merespons perubahan permintaan yang terjadi di pasar (Nasihin et al., 2025).

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan biasanya diukur menggunakan total aset, total pendapatan, atau kapitalisasi pasar (Nasihin & Faddila, 2021). Perusahaan yang lebih besar dianggap memiliki akses yang jauh lebih baik ke sumber daya finansial, kemampuan untuk mendiversifikasi risiko, dan pengaruh yang lebih besar di pasar (Wartabone et al., 2023).

Menurut teori agensi, perusahaan besar memiliki kemampuan untuk dapat memberikan gambaran bahwa ukuran perusahaan yang besar akan mampu memberikan *gain* atau dividen yang bagus untuk para pemegang saham, yang dapat digunakan untuk menciptakan nilai tambah (Nasihin et al., 2023). Penelitian empiris tentang hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh (Bosi et al., 2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan besar cenderung lebih stabil dan menarik bagi investor. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh (Tarigan et al., 2022) berpendapat berbeda, yaitu hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan tidak dapat berpengaruh signifikan pada perusahaan dengan manajemen perusahaan yang kurang efisien.

Profitabilitas merupakan indikator utama kinerja keuangan perusahaan yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset atau ekuitasnya (Almarita & Kristanti, 2020). Indikator yang umum digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA), yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aset dalam menghasilkan keuntungan. Menurut teori principal-agent atau teori agensi menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan sektor properti dan *real estate* dapat menjadi indikator kinerja manajemen yang memaksimalkan nilai perusahaan, perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung mengandalkan pembiayaan internal, sehingga memiliki risiko keuangan yang lebih rendah. Hal ini meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor (Albitar et al., 2020). Penelitian lain menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Haris et al., 2022) melaporkan bahwa ROA yang tinggi dapat berkontribusi pada peningkatan *Price Book Value* (PBV) atau nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Ermanda & Puspa, 2022) menemukan bahwa dalam beberapa kasus, profitabilitas tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan, terutama jika perusahaan menghadapi tekanan eksternal seperti perlambatan ekonomi.

Hubungan Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

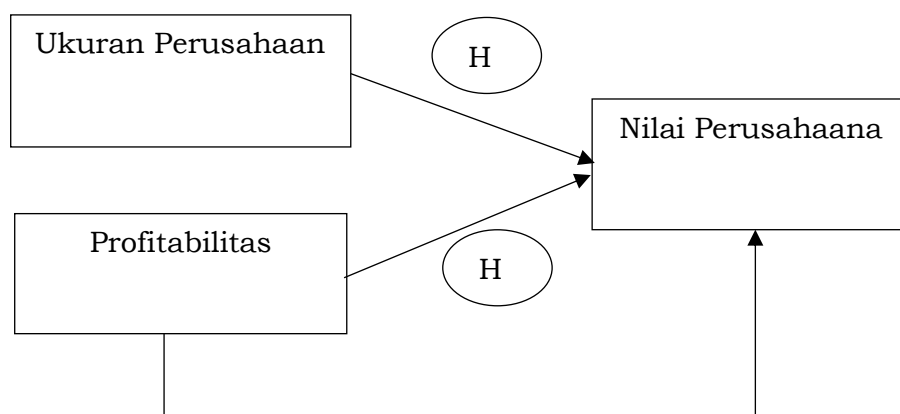
Ukuran perusahaan sering dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih banyak, yang dapat memberikan keuntungan kompetitif dan memberikan nilai tambah, seperti skala ekonomi, kemampuan negosiasi yang lebih baik, dan daya tahan yang lebih besar terhadap perubahan pasar (Akbar & Fahmi, 2020). Namun, ukuran perusahaan yang terlalu besar juga memiliki potensi risiko, seperti kurangnya fleksibilitas dan tingginya birokrasi, yang dapat mengurangi efisiensi dan daya saing (Nasihin et al., 2023). Oleh karena itu, hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan dapat bersifat dinamis, tergantung pada manajemen internal dan faktor eksternal. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Kau et al., 2024) mengkaji hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan jasa. Penelitian ini menemukan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan karena adanya faktor lain, seperti struktur modal dan manajemen risiko.

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hubungan Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan indikator utama yang dapat mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Tingkat profitabilitas yang tinggi biasanya menunjukkan kinerja yang baik, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Amelia & Anhar, 2019). Namun, dalam beberapa kasus, hubungan ini dapat dipengaruhi oleh kondisi eksternal, seperti kebijakan pemerintah atau fluktuasi pasar, dan nilai suku bunga. Sehingga akan dapat dapat mengubah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Nurhaliza et al., 2025). Adapun peneliti lain yaitu (Romadhon & Nawawi, 2024) Meneliti pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan di sektor manufaktur. Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan, tetapi profitabilitas lebih dominan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nasihin & Arimurti, 2022) mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor keuangan. Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas tidak selalu berdampak langsung pada nilai perusahaan, tergantung pada kondisi pasar.

H2: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1. Alur Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan verifikatif untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2023. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat (Nasihin & Purwandari, 2022).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2023. Berdasarkan data dari BEI, terdapat sekitar 81 perusahaan yang termasuk dalam sektor properti dan *real estate*. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang juga didasarkan pada tujuan tertentu, (Nasihin & Retnosary, 2023). Ada empat kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Pertama perusahaan yang

terdaftar di BEI selama periode 2020-2023 dan tidak mengalami delisting. Kedua perusahaan yang memiliki laporan keuangan tahunan lengkap dan telah diaudit selama periode penelitian. Ketiga perusahaan yang melaporkan data terkait ukuran perusahaan (total aset) dan profitabilitas yaitu ROA. Dan keempat adalah perusahaan yang memiliki data nilai perusahaan yang dapat diukur menggunakan PBV atau Tobin's Q.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, yang terdiri dari nilai rata-rata, standar deviasi, minimum, dan maksimum dari variabel penelitian. Untuk memastikan validitas model regresi linear berganda dalam penelitian ini, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan, digunakan model regresi linear berganda dengan persamaan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y: Nilai perusahaan (PBV).

X1: Ukuran perusahaan (Ln Total Aset).

X2 : Profitabilitas (ROA).

β_0 : Konstanta.

β_1, β_2 : Koefisien regresi.

ϵ : Error term.

Selain menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji setiap variabel, dilakukan juga pengujian signifikansi secara parsial atau uji t, uji signifikansi simultan atau uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil Dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Ukuran Perusahaan (Ln Total Aset)	150	14.23	18.56	16.45	1.32
Profitabilitas (ROA)	150	-5.12%	12.45%	3.56%	2.78%
Nilai Perusahaan (PBV)	150	0.45	3.78	1.34	0.62

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil statistik deskriptif menunjukkan adanya variasi yang signifikan pada ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan di sektor properti dan *real estate* selama periode penelitian. Variasi ini mencerminkan perbedaan dalam kinerja dan karakteristik perusahaan di sektor tersebut, yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti strategi bisnis, efisiensi operasional, dan kondisi pasar.

Rata-rata *Price to Book Value* (PBV) sebesar 1,34 menunjukkan bahwa pasar cenderung menghargai perusahaan di sektor properti dan *real estate* yang lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Nilai PBV yang lebih besar dari 1 mengindikasikan bahwa investor melihat adanya potensi pertumbuhan perusahaan atau nilai tambah di masa depan dari perusahaan-perusahaan di sektor properti dan *real estate*

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test Shapiro-Wilk Test)**

Tabel 2. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test Shapiro-Wilk Test)

Tests of Normality	Kolmogorov-Smirnov	Shapiro-Wilk
Statistic	0.078	0.980
Significance (p-value)	0.200	0.092

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji normalitas adalah nilai signifikansi > 0.05, residual data terdistribusi normal sehingga akan mampu mendukung dari penelitian ini.

Uji Multikolinearitas (Variance Inflation Factor - VIF)

Tabel 3. Uji Multikolinearitas (Variance Inflation Factor - VIF)

Variabel	Tolerance	VIF
Ukuran Perusahaan	0.812	1.231
Profitabilitas	0.761	1.314

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa uji multikolinearitas adalah nilai VIF < 10, sehingga tidak ditemukan masalah mengenai multikolinearitas pada data.

Uji Autokorelasi (Durbin-Watson Test)

Tabel 4. Uji Autokorelasi (Durbin-Watson Test)

Model	Durbin-Watson
Model Regresi	1.89

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji autokorelasi adalah nilai Durbin-Watson mendekati nilai 2, yang berarti bahwa asumsi autokorelasi sudah terpenuhi dalam pengolahan data.

Uji Heteroskedastisitas (Glejser Test)

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas (Glejser Test)

Variabel	Significance (p-value)
Ukuran Perusahaan	0.214
Profitabilitas	0.301

Sumber: Data diolah, 2024

Pengujian heteroskedastisitas adalah nilai signifikansi > 0.05, sehingga penelitian ini tidak ada masalah dalam hal heteroskedastisitas pada data.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi menunjukkan hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t-Statistik	Signifikansi (p-value)
Konstanta	0.812	2.45	0.016
Ukuran Perusahaan	0.423	6.34	0.000
Profitabilitas (ROA)	0.342	5.12	0.000

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil analisis regresi menunjukkan hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Model regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.812 + 0.423 X_1 + 0.342 X_2 + \epsilon$$

Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 7. Uji T

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t-Statistik
Konstanta	0.812	2.45
Ukuran Perusahaan	0.423	6.34
Profitabilitas (ROA)	0.342	5.12

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa konstanta memiliki koefisien regresi sebesar 0.812, dengan nilai t-statistik 2.45 dan signifikansi (p-value) 0.016, yang berarti konstanta berkontribusi signifikan pada model regresi dengan tingkat kepercayaan 95% ($p < 0.05$). Variabel independen Ukuran Perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar 0.423, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada Ukuran Perusahaan akan meningkatkan nilai variabel dependen sebesar 0.423, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Nilai t-statistik sebesar 6.34 dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa hubungan ini sangat signifikan secara statistik.

Sementara itu, variabel Profitabilitas (ROA) memiliki koefisien regresi sebesar 0.342, yang berarti bahwa peningkatan satu unit pada ROA akan meningkatkan nilai variabel dependen sebesar 0.342. Nilai t-statistik 5.12 dan p-value 0.000 mengindikasikan bahwa pengaruh ROA terhadap variabel dependen juga signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian, kedua variabel independen, yaitu Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas, memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, menunjukkan pentingnya kedua faktor ini dalam menentukan kinerja atau nilai perusahaan yang sedang dianalisis.

Pengujian Uji F

Tabel 8. Uji F

Statistik Uji	Nilai F	Signifikansi (p-value)
Model Regresi	32.15	0.000

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji F, model regresi secara keseluruhan signifikan karena nilai signifikansi (p-value) < 0.05 , yang menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2): - Adjusted R^2 : 0.521. Sebesar 52.1% variasi dalam nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh ukuran perusahaan dan profitabilitas, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Pembahasan**Ukuran Perusahaan (Ln Total Aset) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).**

Ukuran perusahaan, yang diukur menggunakan Ln Total Aset, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV atau *Price to Book Value*). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran Perusahaan maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar umumnya dianggap memiliki stabilitas keuangan yang lebih baik, akses yang lebih mudah ke sumber pendanaan eksternal, serta kemampuan untuk memanfaatkan skala ekonomi dan kondisi pasar. Kondisi ini meningkatkan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan (Ros-Tonen et al., 2019).

Secara teoritis hal ini sejalan dengan teori agensi dimana kebijakan dividen dalam laporan keuangan seringkali dipandang sebagai sarana bagi para investor untuk melihat jumlah *gain* yang diterima. Sebenarnya perusahaan dengan aset yang lebih besar cenderung memiliki risiko kebangkrutan yang lebih rendah dibandingkan

perusahaan kecil karena kapasitas untuk menanggung kerugian lebih besar. Selain itu, perusahaan besar juga cenderung memiliki strategi operasional dan manajerial yang lebih matang, yang berdampak pada peningkatan kinerja dan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan menjadi salah satu indikator fundamental yang digunakan oleh investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan ke depan (Rasyid et al., 2022).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Teresia & Hermi, (2016) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki kemampuan yang lebih baik dalam meningkatkan efisiensi, pendapatan, dan pertumbuhan bisnis dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Hal serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanudin et al., (2022) yang menemukan bahwa ukuran Perusahaan akan sangat mempengaruhi nilai perusahaan untuk dapat menambah tambahan modal.

Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. ROA mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA maka semakin baik kinerja perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menciptakan keuntungan. Hal ini meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa depan, yang pada akhirnya mendorong peningkatan nilai perusahaan yang dilihat dari sisi pengelolaan asset Perusahaan (Li et al., 2019).

Secara teoritis hal ini sejalan dengan *agency theory* dimana profitabilitas yang tinggi menunjukkan efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. Profitabilitas yang meningkat akan mampu menarik minat investor karena memberikan sinyal positif bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan berpotensi untuk memberikan return yang optimal dan laba yang didapat maksimal. Dengan demikian, tingginya ROA akan berdampak langsung pada kenaikan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan, seperti yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) (Rey-Ares et al., 2021).

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa profitabilitas merupakan salah satu faktor fundamental yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dengan ROA yang tinggi dianggap memiliki kemampuan lebih baik dalam menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham, sehingga mencerminkan kondisi keuangan yang sehat dan kinerja operasional yang efisien (Suteja et al., 2023). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Heryana et al., (2024) bahwa kinerja keuangan yang diukur oleh ROA mendapatkan nilai yang tinggi akan mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan pasar saham.

Ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor properti dan *real estate*

Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor properti dan *real estate* pada periode 2020-2023. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan kapasitas aset perusahaan dan stabilitas operasional, sedangkan profitabilitas dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Kombinasi dari kedua faktor ini

memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja Perusahaan dan prospek perusahaan di masa depan (Bunea et al., 2019).

Dalam konteks sektor properti dan *real estate*, perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung memiliki akses lebih baik terhadap pendanaan dan peluang investasi. Sementara itu, profitabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan aset dan operasional perusahaan, yang mendorong peningkatan nilai perusahaan di mata investor. Pengaruh signifikan ini memperkuat pandangan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas merupakan variabel kunci dalam menentukan nilai perusahaan, terutama pada sektor yang bergantung pada aset fisik dan investasi jangka panjang (Nasihin, Purwandari, Ardiansyah, & Trisyanto, 2024).

Penelitian terdahulu yang mendukung hasil ini, di mana ukuran perusahaan dan profitabilitas secara simultan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan pasar. Keduanya memberikan gambaran komprehensif mengenai kekuatan keuangan dan efektivitas operasional perusahaan, yang berujung pada peningkatan Price to Book Value (PBV) sebagai indikator nilai perusahaan (Mindra & Erawati, 2016). Secara teori agensi menggambarkan bahwa ukuran Perusahaan dan kinerja keuangan yang meningkatkan akan mampu mendorong para investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Hal ini dilihat karena adanya peningkatan nilai Perusahaan yang diakibatkan oleh peningkatan kinerja keuangan dan total asset Perusahaan.

Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (\ln Total Aset) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan, karena perusahaan dengan aset yang lebih besar cenderung lebih dipercaya oleh pasar akibat stabilitas dan kapasitasnya dalam menangani proyek besar. Selain itu, profitabilitas (ROA) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan efisiensi pengelolaan aset dalam menghasilkan laba, sehingga menarik minat investor. Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di sektor properti dan real estate pada periode 2020–2023. Kedua variabel ini menjadi indikator penting dalam menentukan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Temuan ini menegaskan pentingnya manajemen perusahaan dalam menjaga skala operasional yang optimal serta meningkatkan efisiensi operasional guna menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pemegang saham.

Perusahaan disarankan perlu mempertahankan dan meningkatkan ukuran perusahaan melalui ekspansi aset yang terencana dan efisien. Namun, ekspansi ini harus diimbangi dengan pengelolaan yang hati-hati untuk memastikan bahwa penambahan aset tidak mengurangi profitabilitas. Manajemen harus fokus pada peningkatan profitabilitas dengan mengoptimalkan efisiensi operasional, pengendalian biaya, dan diversifikasi pendapatan, terutama di sektor properti dan real estate yang sangat bergantung pada kondisi pasar. Investor disarankan untuk mempertimbangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi. Perusahaan dengan ukuran besar dan profitabilitas yang tinggi cenderung lebih stabil dan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Penelitian ini terbatas pada perusahaan sektor properti dan real estate di BEI selama periode 2020-2023.

Daftar Pustaka

- Adel, C., Hussain, M. M., Mohamed, E. K. A., & Basuony, M. A. K. (2019). Is corporate governance relevant to the quality of corporate social responsibility disclosure in large European companies? *International Journal of Accounting and Information Management*, 27(2), 301–332. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-10-2017-0118>
- Akbar, F., & Fahmi, I. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(1), 62–81. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Albitar, K., Hussainey, K., Kolade, N., & Gerged, A. M. (2020). ESG disclosure and firm performance before and after IR: The moderating role of governance mechanisms. *International Journal of Accounting and Information Management*, 28(3), 429–444. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-09-2019-0108>
- Almarita, S., & Kristanti, F. T. (2020). Analisis Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress. 14(2), 155–170.
- Amelia, F., & Anhar, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(01), 44–70. <https://doi.org/10.36406/jemi.v28i01.260>
- Bosi, M. K., Lajuni, N., Wellfren, A. C., & Lim, T. S. (2022). Sustainability Reporting through Environmental, Social, and Governance: A Bibliometric Review. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912071>
- Bunea, O. I., Corbos, R. A., & Popescu, R. I. (2019). Influence of some financial indicators on return on equity ratio in the Romanian energy sector - A competitive approach using a DuPont-based analysis. *Energy*, 189, 116251. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2019.116251>
- Camilleri, M. A. (2017). The integrated reporting of financial, social and sustainability capitals: A critical review and appraisal. *International Journal of Sustainable Society*, 9(4), 311–326. <https://doi.org/10.1504/IJSSOC.2017.090523>
- Ermanda, M., & Puspa, D. F. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Sustainability Report Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 17(2), 135–147. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v17i2.89>
- Haris, E. K., Guritno, Y., & Widyastuti, S. (2022). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan. *Syntax Idea*, 4(3), 530–540. <https://doi.org/>
- Hasanudin, A. I., Primawresti, R. N., & Tri Lestari. (2022). The Influence of Profitability and Liquidity on Company Value with Capital Structure as Moderating Variables. *Journal of Social Science*, 3(2), 237–253. <https://doi.org/10.46799/jss.v3i2.317>
- Heryana, R. P., Luthfi, D., & Agus Santoso, R. (2024). Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Artikel Terindeks Sinta Tahun 2018-2022. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, 5(1), 511–532. <https://www.kemenkeu.go.id>
- Kau, S. T., Santoso, R. A., & Fitriana, F. (2024). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay Berdasarkan Literature Review Terindeks Sinta. *Gorontalo Accounting Journal*, 7(1), 144. <https://doi.org/10.32662/gaj.v7i1.3447>
- Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(May), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005>

- Lestari, A. D., & Khomsiyah, K. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Penerapan Green Accounting, dan Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 514–526. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.2799>
- Lestari, S., & Sihono, A. (2023). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9009–9017. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.2742>
- Li, Y., Huang, J., & Song, T. (2019). Examining business value of customer relationship management systems: IT usage and two-stage model perspectives. *Information and Management*, 56(3), 392–402. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.07.012>
- Martha, L., & Sinta, M. (2024). *Economics and Digital Business Review Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia 2018-2022*. 5(2).
- Mindra, S., & Erawati, T. (2016). Pengaruh Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/10.24964/ja.v2i2.31>
- Nasihin, I., & Arimurti, T. (2022). *Penyusunan Laporan Keuangan Badan Usaha Milik Desa Sugih Anugrah*. 6(1), 523–532. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm>
- Nasihin, I., & Dewi, S. K. (2021). Pengaruh Rasio Keuangan dan Good Corporate Governance terhadap Basic Earning Power dengan Variabel Moderasi Pertumbuhan Ekonomi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8), 2100. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i08.p17>
- Nasihin, I., & Faddila, S. P. (2021). *Pelatihan penyusunan sistem informasi akuntansi dan pelaporan keuangan*. 5(3), 1071–1087.
- Nasihin, I., Fitriana, A. V., Arimurti, T., & Purwandari, D. (2023). *SEIKO: Journal of Management & Business The Role Of Financial Performance In The Disclosure Of Sustainability Reportd In State-Owned Enterprises*. 6(2), 256–267.
- Nasihin, I., Hendriani, M., Puspitasari, M., & Rahman, F. (2022). Analisis Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Laba Di Bursa Saham Syariah Dengan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 111–122. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11858>
- Nasihin, I., Lasmini, L., Fatihah, D. I., & Purwandari, D. (2024). Pendampingan dan Pelatihan Penentuan Harga Pokok Produksi Pastel Mini UMKM Rizki Kanaya. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat, Janayu*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.22219/janayu.v5i1.30728>
- Nasihin, I., Lasmini, L., & Humaira, S. (2023). Penyusunan Siklus Akuntansi Penggajian Pada MTS Nurul Falah Al Huda. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Volume*, 5, 61–67.
- Nasihin, I., & Purwandari, D. (2022). Analysis of the Effect of Profitability, Liquidity, and Firm Size on the Timeliness of Financial Report Submission. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 33. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.989>
- Nasihin, I., Purwandari, D., Ardiansyah, H. N., & Sujaya, F. A. (2024). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Untuk Pelaporan Pajak Tahunan UMKM. *Jurnal Abdimas BSI*, 7(2), 269–279.
- Nasihin, I., Purwandari, D., Ardiansyah, H. N., & Trisyanto, A. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Dalam Menentukan Harga Saham di Bursa Efek Indonesia. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7,

- 7938–7946.
- Nasihin, I., Purwandari, D., Lasmini, L., Kartika, E., & Ardiansyah, H. N. (2025). *Strategies To Improve Compliance With Annual Individual Taxpayer Tax Return (WPOP) Reporting*. 9(1), 1–12.
- Nasihin, I., & Retnosary, R. (2023). Rantai Pasokan Dalam Strategi Sektor Wisata Kabupaten Karawang Untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. *Owner*, 7(2), 1226–1236. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1439>
- Nguyen, C. P., Schinckus, C., & Hong Nguyen, T. V. (2019). Google search and stock returns in emerging markets. *Borsa Istanbul Review*, 19(4), 288–296. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2019.07.001>
- Nurhaliza, S., Reza, M., Hasibuan, I., & Gultom, P. (2025). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Earnings Management Dengan GCG Sebagai Pemoderasi*. 05(01), 48–57.
- Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 135–156. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>
- Rey-Ares, L., Fernández-López, S., & Rodeiro-Pazos, D. (2021). Impact of working capital management on profitability for Spanish fish canning companies. *Marine Policy*, 130. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2021.104583>
- Romadhon, F. A., & Nawawi, Z. M. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 96–108. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.548>
- Ros-Tonen, M. A., Bitzer, V., Laven, A., Ollivier de Leth, D., Van Leynseele, Y., & Vos, A. (2019). Conceptualizing inclusiveness of smallholder value chain integration. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 41, 10–17. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2019.08.006>
- Suteja, J., Gunardi, A., Alghifari, E. S., Susiadi, A. A., Yulianti, A. S., & Lestari, A. (2023). Investment Decision and Firm Value: Moderating Effects of Corporate Social Responsibility and Profitability of Non-Financial Sector Companies on the Indonesia Stock Exchange. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1). <https://doi.org/10.3390/jrfm16010040>
- Tarigan, R. Y., Firmansyah, A., Shinta Ramadhani, D. D., & Ikhsan, W. M. (2022). Hubungan Kinerja Keuangan Perusahaan dan Nilai Perusahaan. *Studi Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 38–60. <https://doi.org/10.21632/saki.5.1.38-60>
- Teresia, E. S. D., & Hermi, H. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 3(1), 73–94. <https://doi.org/10.25105/jmat.v3i1.4969>
- Wartabone, T. A., Yusuf, N., & Panigoro, N. (2023). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2018-2021. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 430–440. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.364>