
ANALISIS PENGARUH *NET PROFIT MARGIN*, *FIRM SIZE*, *PRICE EARNING RATIO* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR PROPERTY & REAL ESTATE DI BURSA EFEK INDONESIA

Grace Tiffhani Josephine

Email: gracetiffhanijosephine@gmail.com

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *net profit margin*, *firm size* dan *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor property & real estate di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pengumpulan data sekunder berupa laporan keuangan lengkap tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 perusahaan sektor property & real estate di Bursa Efek Indonesia yang diperoleh melalui *website* www.idx.co.id. Analisis data menggunakan *software* SPSS versi 22. Hasil penelitian yang diperoleh adalah *net profit margin* dan *firm size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *price earning ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa *net profit margin*, *firm size* dan *price earning ratio* dalam menjelaskan dan mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah sebesar 27,4 persen.

Kata Kunci: nilai perusahaan, *net profit margin*, *firm size*, *price earning ratio*.

PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai suatu entitas yang beroperasi dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi, umumnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba yang maksimal tetapi juga berusaha meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu gambaran mengenai keadaan suatu perusahaan. Tingginya nilai perusahaan maka akan membuat investor tertarik terhadap perusahaan, karena dipandang memiliki kinerja yang baik yang berguna untuk masa depan. Indikator untuk mengukur nilai perusahaan adalah menggunakan *price to book value*, dengan membandingkan kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Penulis berasumsi bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *net profit margin*, *firm size*, dan *price earning ratio*. Faktor-faktor tersebut akan dijabarkan sebagai variabel independen dalam penelitian ini.

Net profit margin merupakan alat ukur dari rasio profitabilitas yang membandingkan antara laba bersih dan pendapatan atau penjualan. *Net profit margin* digunakan untuk mengukur kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui kegiatan penjualan yang terjadi di perusahaan. Rasio ini

menunjukkan berapa besar antara laba bersih yang diperoleh pada setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba yang tinggi.

Firm size merupakan salah satu indikator yang menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya total aset yang dimiliki perusahaan untuk melakukan suatu kegiatan operasi di dalam perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin baik, karena mudah untuk mendapatkan kepercayaan dari investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut yang berdampak baik bagi perusahaan di masa yang akan datang.

Price earning ratio merupakan bagian dari rasio penilaian untuk mengevaluasi laporan keuangan. *Price earning ratio* dihitung dari perbandingan antara harga saham suatu perusahaan dengan laba per lembar saham. *Price earning ratio* yang tinggi maka akan membuat nilai perusahaan menjadi tinggi dihadapan investor karena menandakan suatu perusahaan dalam keadaan sehat dan menunjukkan pertumbuhan perusahaan.

Variabel dalam penelitian ini, sudah banyak diteliti pada penelitian-penelitian sebelumnya. Namun masih terdapat perbedaan hasil penelitian, hal ini mungkin dikarenakan terdapat perbedaan pada objek yang dikaji. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti *net profit margin*, *firm size* dan *price earning ratio* terhadap nilai perusahaan yang akan diterapkan pada Perusahaan Sektor Property & Real Estate di Bursa Efek Indonesia. Sektor ini merupakan salah satu sektor penting bagi negara. Pembangunan property yang cukup meningkat menandakan adanya perubahan atau perbaikan ekonomi kearah masa depan yang lebih baik.

KAJIAN PUSTAKA

1. *Theory Of The Firm*

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruknya manajemen mengelola kekayaan perusahaan, hal ini dapat dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Perusahaan yang tumbuh dan berkembang akan selalu berusaha mencari cara untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Karena tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* dalam Wiyono dan Kusuma (2017: 81) adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*). Memaksimalkan nilai perusahaan adalah suatu hal yang penting bagi perusahaan. Ketika investor ingin

berinvestasi pada suatu perusahaan, investor akan mencari terlebih dahulu mengenai perusahaan yang akan diinvestasikan dan memilih perusahaan mana yang akan memberikan keuntungan bagi para investor. Maka dari itu, dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga akan memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham yang merupakan salah satu tujuan dari perusahaan.

2. Nilai Perusahaan

Menurut Sartono (2012) dalam Utomo (2019: 51) nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi, adanya kelebihan jual di atas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan suatu gambaran bagaimana kinerja sebuah perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sering kali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar untuk berinvestasi pada perusahaan. Jika nilai perusahaan tinggi, maka pasar akan percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini tetapi untuk prospek perusahaan di masa yang akan datang dengan meningkatnya nilai perusahaan.

Menurut Sudiyatno (2010) dalam Utomo (2019: 51) peningkatan nilai perusahaan merupakan sebuah prestasi, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat sebagaimana yang diinginkan para pemiliknya.

Menurut Indrarini (2019: 2) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Secara tidak langsung, hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan. Investor dapat menggunakan nilai perusahaan tersebut sebagai dasar untuk melihat bagaimana kinerja perusahaan pada masa yang akan datang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham.

Pada penelitian ini *price to book value* (PBV) untuk mengukur nilai perusahaan. Menurut Sukamulja (2021: 79) *market to book ratio* (MBV)/*price to book value* (PBV) merupakan rasio yang penting dalam menghitung nilai suatu perusahaan. Menurut Hery (2017: 6) *price to book value* (PBV) adalah rasio perbandingan harga saham dan nilai

buku ekuitas perusahaan, yang mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen dan organisasi sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh.

3. Net Profit Margin

Menurut Kasmir (2016: 200) margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Semakin besar atau tinggi nilai *net profit margin*, maka kinerja perusahaan dianggap semakin efektif dan produktif sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Menurut Hantono (2018: 11) *Net profit margin* menunjukkan tingkat keuntungan bersih (setelah dikurangi dengan biaya-biaya) yang diperoleh dari bisnis atau menunjukkan sejauh mana perusahaan mengelola bisnisnya. Tingginya nilai *net profit margin* pada suatu perusahaan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik dan kegiatan operasional didalam perusahaan tersebut sudah efisien. Semakin besar atau tinggi nilai *net profit margin*, dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Menurut Murhadi (2015: 64) *Net profit margin* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba neto dari setiap penjualannya. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian terkait *net profit margin*, tingginya laba yang didapatkan dari penjualan suatu perusahaan akan membuat nilai perusahaan meningkat. Sehingga, dapat diasumsikan bahwa *net profit margin* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut didasarkan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nengsih (2020) dan Fadilah, Lidyah dan Anwar (2021) yang menyatakan bahwa *net profit margin* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : *Net profit margin* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. Firm Size

Nilai perusahaan dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya *firm size*. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total aset atau total penjualan bersih. Jumlah total aset ataupun penjualan yang tinggi maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar ukuran

perusahaan maka semakin mampu suatu perusahaan memperoleh pendanaan, baik bersifat internal maupun eksternal.

Menurut Rachmawati dan Purwanti dalam Lim dan Setiawati (2016: 31) perusahaan yang mempunyai nilai skala kecil cenderung kurang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar. Hal ini disebabkan perusahaan kecil hanya memiliki faktor-faktor pendukung yang terbatas. Menurut Hery (2017: 11) besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung resiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat memberikan pandangan terhadap investor, dimana pandangan tersebut tertuju kepada perusahaan dengan memiliki ukuran yang besar. Perusahaan yang besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal tersebut dikarenakan perusahaan besar mampu untuk mengendalikan atau mengontrol kondisi pasar, sehingga mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumberdaya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih banyak terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa suatu perusahaan tersebut sedang dalam kondisi tumbuh dan berkembang kearah yang lebih baik. Hal tersebut sangat menarik minat investor untuk menanamkan modal nya di suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aset perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Sehingga, dapat diasumsikan bahwa *firm size* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut didasarkan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Darmayanti & Nopiyanti (2016) dan Rudangga & Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa *firm size* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Firm size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

5. Price Earning Ratio

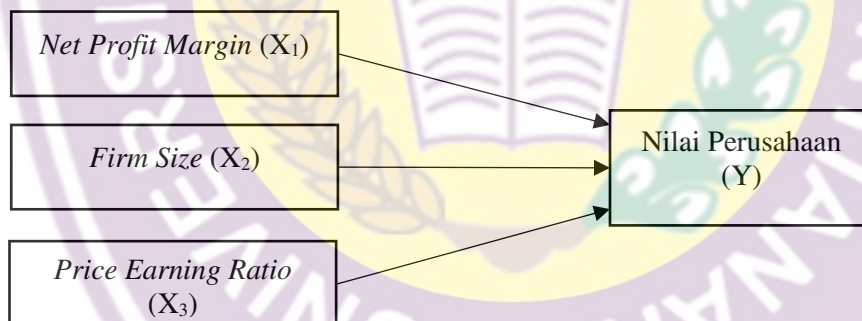
Menurut Anwar (2019: 178) *price earning ratio* (PER) merupakan perbandingan harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham. Angka rasio ini menunjukkan mahal tidaknya harga pasar saham atau kepercayaan investor terhadap

suatu saham. Makin tinggi angka PER ini, berarti harga saham makin mahal dan kepercayaan investor terhadap saham makin tinggi sehingga nilai perusahaan juga meningkat.

Menurut Sukamulja (2021: 78) *price earning ratio* (PER) adalah rasio yang menjelaskan valuasi harga per lembar saham dibandingkan dengan laba per lembar saham, semakin tinggi nilai PER, semakin mahal harga per lembar saham dan begitu pula sebaliknya. Semakin mahal harga per lembar saham, maka investor akan merasa aman jika menanamkan saham didalam perusahaan karena memberikan dampak baik untuk masa yang akan datang. Sehingga, dapat diasumsikan bahwa *price earning ratio* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut didasarkan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nafisah (2018) dan Firdaus (2019) yang menyatakan bahwa *price earning ratio* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : *Price earning ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran pada bagian sebelumnya, maka hubungan antar variabel dalam penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data menggunakan pengumpulan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor property & real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 dengan jumlah keseluruhan sebanyak 80 perusahaan. Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel

sebanyak 46 perusahaan dengan kriteria yaitu perusahaan yang telah melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia sebelum tahun 2016 dan perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan auditan dan laporan tahunan (*annual report*) secara lengkap selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2020.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dianalisa dengan uji asumsi klasik, analisis pengaruh dan uji hipotesis. Data sekunder dalam penelitian ini diolah menggunakan alat bantu *software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 22.

Variabel Independen

1. *Net Profit Margin*

Menurut Hery (2017: 317) *Net profit margin* dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

2. *Firm Size*

Menurut Supriadi (2020: 129) *Firm size* dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

3. *Price Earning Ratio*

Menurut Sukamulja (2021: 78) *Price earning ratio* dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Price per share}}{\text{Earnings Per Share}}$$

Variabel Dependen

1. *Price to Book Value*

Menurut Sukamulja (2021: 79) *Price to book value* dapat diukur menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat hasil pengujian statistik deskriptif bahwa jumlah seluruh sampel adalah 230 data diperoleh dari 46 perusahaan selama periode

penelitian lima tahun dan semuanya valid. Variabel *net profit margin* memiliki nilai minimum sebesar -3,8012 dan nilai maksimum sebesar 2,4870. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,019193 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,7528879. Variabel *firm size* memiliki nilai minimum sebesar 25,0126 dan nilai maksimum sebesar 31,7396. Nilai *mean* sebesar 29,119887 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,4562777. Variabel *price earning ratio* memiliki nilai minimum sebesar -1.240,7407 dan nilai maksimum sebesar 19.500,0000. Nilai *mean* sebesar 267,113163 dengan nilai standar deviasi sebesar 1.887,9438909. Variabel *Price to book value* memiliki nilai minimum sebesar -31,9365 dan nilai maksimum sebesar 138,0799. Nilai *mean* sebesar 6,443180 dengan nilai standar deviasi sebesar 20,4556973.

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X ₁	230	-3.8012	2.4870	.019193	.7528879
X ₂	230	25.0126	31.7396	29.119887	1.4562777
X ₃	230	-1240.7407	19500.0000	267.113163	1887.9438909
Y	230	-31.9365	138.0799	6.443180	20.4556973
Valid N (listwise)	230				

Sumber: Data Olahan 2022

2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Tabel 2
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		230
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	19.92016344
Most Extreme Differences	Absolute	.319
	Positive	.319
	Negative	-.245
Test Statistic		.319
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa hasil *output* uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut ini disajikan Tabel 3 yang merupakan hasil pengujian normalitas setelah tranformasi dan eliminasi:

Tabel 3
Uji Normalitas Setelah Di Eliminasi
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		144
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.41503589
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.042
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil *output* uji normalitas menunjukkan nilai sebesar 0,200 lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.564	1.559		.362	.718		
SQRT_X1	.225	.128	.132	1.761	.080	.902	1.109
SQRT_X2	.022	.288	.005	.075	.941	.952	1.051
SQRT_X3	.014	.002	.563	7.427	.000	.883	1.132

a. Dependent Variable: SQRT_Y

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas pada variabel *net profit margin* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,902, variabel *firm size* memiliki nilai

tolerance sebesar 0,952, dan variabel dan *price earning ratio* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,883. Sementara itu, variabel *net profit margin* memiliki nilai VIF sebesar 1,109, *firm size* memiliki nilai VIF sebesar 1,051, dan *price earning ratio* memiliki nilai VIF sebesar 1,132. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel bebas tersebut tidak terjadi permasalahan pada multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.825	.977		-.844	.400
SQRT_X ₁	.119	.080	.130	1.486	.140
SQRT_X ₂	.198	.181	.093	1.093	.276
SQRT_X ₃	.001	.001	.108	1.213	.227

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas pada variabel *net profit margin* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,140, variabel *firm size* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,276, dan variabel *price earning ratio* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,227. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut tidak terjadi permasalahan pada heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 6
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.537 ^a	.289	.274		.41946	1.858

a. Predictors: (Constant), SQRT_X3, SQRT_X1, SQRT_X2

b. Dependent Variable: SQRT_Y

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dikarenakan nilai Durbin-Watson sebesar 1,858. Jumlah data sebanyak 144 dan jumlah variabel independent sebanyak 3 maka akan diperoleh dU sebesar 1,7704 yang diperoleh dari

K=3 (jumlah variabel bebas) dan N=144 (banyaknya data). Nilai Durbin-Watson sebesar 1,858 lebih besar dari nilai dU dan kurang dari 4-dU ($1,7704 < 1,858 < 2,2296$). Sehingga dapat dikatakan bahwa hasil pengujian tersebut tidak terjadi permasalahan pada autokorelasi.

3. Analisis Pengaruh *Net Profit Margin*, *Firm Size* dan *Price Earning Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa konstanta menunjukkan angka sebesar 0,564 hal ini dikatakan bahwa angka tersebut konstan atau tidak berubah maka menghasilkan nilai perusahaan sebesar 0,564. *Net profit margin* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,225 yang berarti bahwa koefisien regresi net profit margin memiliki nilai searah. Maka dari itu, setiap kenaikan *net profit margin* sebesar satu satuan maka mampu meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,225. *Firm size* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,022 yang berarti bahwa koefisien regresi *firm size* memiliki nilai searah. Maka dari itu, setiap kenaikan *firm size* sebesar satu satuan maka mampu meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,022. *Price earning ratio* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,014 yang berarti bahwa koefisien regresi *price earning ratio* memiliki nilai searah. Maka dari itu, setiap kenaikan *price earning ratio* sebesar satu satuan maka mampu meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,014.

b. Analisis Koefisien Korelasi Berganda (*R*) dan Koefisien Determinasi (*Adjust R Square*)

Tabel 7
Uji Koefisien Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.289	.274	.41946

a. Predictors: (Constant), SQRT_X3, SQRT_X1, SQRT_X2

b. Dependent Variable: SQRT_Y

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,537 hal ini dikarenakan bahwa koefisien korelasi tersebut berkorelasi kuat karena mendekati 1. Koefisien determinasi (*adjusted R square*) menunjukkan angka sebesar 0,274 atau 27,4

persen yang mampu menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

c. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 8
Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.003	3	3.334	18.951	.000 ^b
	Residual	24.632	140	.176		
	Total	34.635	143			

a. Dependent Variable: SQRT_Y

b. Predictors: (Constant), SQRT_X3, SQRT_X1, SQRT_X2

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Nilai signifikansi pada hasil pengujian ini lebih kecil dari ketentuan sebesar 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hasil uji *kelayakan* model diterima.

d. Uji t

Uji t merupakan uji yang menunjukkan seberapa jauh variabel independent secara individual menerangkan variabel dependen. Kriteria pengujian jika tingkat signifikansi >0,05 maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Begitu juga sebaliknya jika tingkat signifikansi <0,05 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel *net profit margin* memiliki nilai *t*_{hitung} sebesar 1,761 lebih kecil dari *t*_{tabel} sebesar 1,976 dengan nilai signifikansi sebesar 0,080 lebih besar dari 0,05. Maka dari itu, hasil tersebut menunjukkan bahwa *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Firm size* memiliki nilai *t*_{hitung} sebesar 0,075 lebih kecil dari *t*_{tabel} sebesar 1,976 dengan nilai signifikansi sebesar 0,941 lebih besar dari 0,05. Maka dari itu, hasil tersebut menunjukkan bahwa *firm size* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Price earning ratio* memiliki nilai *t*_{hitung} sebesar 7,427 lebih besar dari *t*_{tabel} sebesar 1,976 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi arah positif sebesar 0,014. Maka dari itu, hasil tersebut menunjukkan bahwa *price earning ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* dan *firm size* tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *price earning ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Selain itu, hasil pengujian yang diperoleh menunjukkan bahwa *net profit margin*, *firm size* dan *price earning ratio* dalam menjelaskan dan mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini sebesar 27,4 persen dan sisanya sebesar 72,6 persen dipengaruhi variabel diluar penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dan memperpanjang periode penelitian agar memberikan hasil yang lebih mencerminkan kondisi sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: KENCANA.
- Baramuli, D.N., Murni, S., & Kolamban, D.V. (2020). Analisis Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal EMBA*, 8(3), 174-183.
- Darmayanti, N.P.A. & Nopiyanti, I.D.A. (2016). Pengaruh *PER*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(12), 7868-7898.
- Djaali. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Djaperi, M. & Pardosi, E.M.H. (2019). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Debt To Equity Ratio*, *Return On Equity*, *Price Earning Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 20(1), 25-39.
- Erlina, N. (2018). Pengaruh *Likuiditas*, *Solvabilitas*, *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 1(1), 13-28.
- Fadilah, H., Lidyah, R., & Anwar, D. (2021). Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Return On Assets* Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(4), 1719-1726.
- Firdaus, I. (2019). Pengaruh *DER*, *PER* dan *ROA* Terhadap *PBV* Pada Industri Perbankan. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 242-255.

-
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Prrogram IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hantono. (2018). *Konsep Analisa Laporan Keuangan Dengan Pendekatan Rasio dan SPSS*. Sleman: Deepublish
- Hery. (2017). *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analisis*. Jakarta: PT Grasindo.
- _____. (2017). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lim, M. & Setiawati, L.M. (2016). Analisis Pengaruh *Profitabilitas*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 30-56.
- Murhadi, W.R. (2015). *Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat
- Nengsih, R. (2020). Pengaruh *Current Ratio*, *Net Profit Margin* dan Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora*, 4(1), 120-129.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Riduwan. (2016). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: ALFABETA
- Rudangga, I.G.N.G & Sudiarta, G.M. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394-4422.
- Seran, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Sleman: Deepublish.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Model Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukamulja, S. (2021). *Manajemen Keuangan Korporat*. Yogyakarta: Penerbit ANDI dengan BPFE.

Supriadi, I. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Sleman: Deepublish.

Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3X Baca*. Sleman: Deepublish.

Utomo, M.N. (2019). *Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan*. Surabaya: CV Jakad Publishing.

Wiyono, G. & Kusuma, H. (2017). *Manajemen Keuangan Lanjutan Berbasis Corporate Value Creation*.

www.idx.co.id

