

*Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*

**PENGARUH *GROWTH OPPORTUNITY*, PROFITABILITAS,
DAN *SIZE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada
Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ISSI Periode 2013-
2017)**

Hans Ranggi Gemilang, Amelia Pratiwi

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta JL. Lingkar
Selatan, Tamantirto,*

Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184

hans.ranggi.2015@fai.umy.ac.id

amelia.pratiwi@fai.umy.ac.id

ABSTRAK

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size* terhadap nilai perusahaan. Obyek penelitian ini pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di indeks saham syariah indonesia (ISSI) periode 2013-2017. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dengan total sampel 16 perusahaan atau 80 sampel. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan program *E-Views*. Hasil penelitian ini bahwa profitabilitas dan *size* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *growth opportunity* tidak berkorelasi terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Growth Opportunity*, Profitabilitas, *Size*, dan Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the effect of growth opportunity, profitability, and size on firm value. The object of this research is the manufacturing companies, which are listed in the Indonesia Islamic Stock Index (ISSI) during 2013-2017. This research uses purposive sampling method as a technique sampling with the number of samples acquired is 16 companies and in total 80 samples. The data is analyzed with multiple linier regression analysis. The result of this study is that profitability and size have a significant and positive effect on firm value, while growth opportunity does not effect on firm value.

Keywords : *Growth Opportunity, Profitability, Size, and Firm Value*

PENDAHULUAN

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah meningkatkan nilai perusahaan dan mampu menghadapi persaingan yang kompetitif serta mempertahankan perusahaan agar tetap eksis dalam jangka panjang. Meningkatkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan, karena dengan meningkatkan nilai perusahaan maka meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Jadi, tingginya nilai perusahaan tercermin dari kemakmuran para pemegang saham.

Nilai perusahaan berkaitan erat dengan harga saham, yaitu harga yang didapatkan berasal dari penawaran dan permintaan saham di pasar bursa efek. Semakin tingginya harga saham maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan, dan akan semakin memakmurkan para pemegang saham. Apabila para pemegang saham makmur, investor akan melihat hal itu sebagai faktor untuk berinvestasi. Investor berpersepsi bahwa mereka akan mendapatkan return atau pengembalian yang tinggi dari perusahaan tersebut. Tujuan investor sendiri dalam berinvestasi yaitu untuk mendapatkan keuntungan setinggi-tingginya dan kerugian serendah-rendahnya.

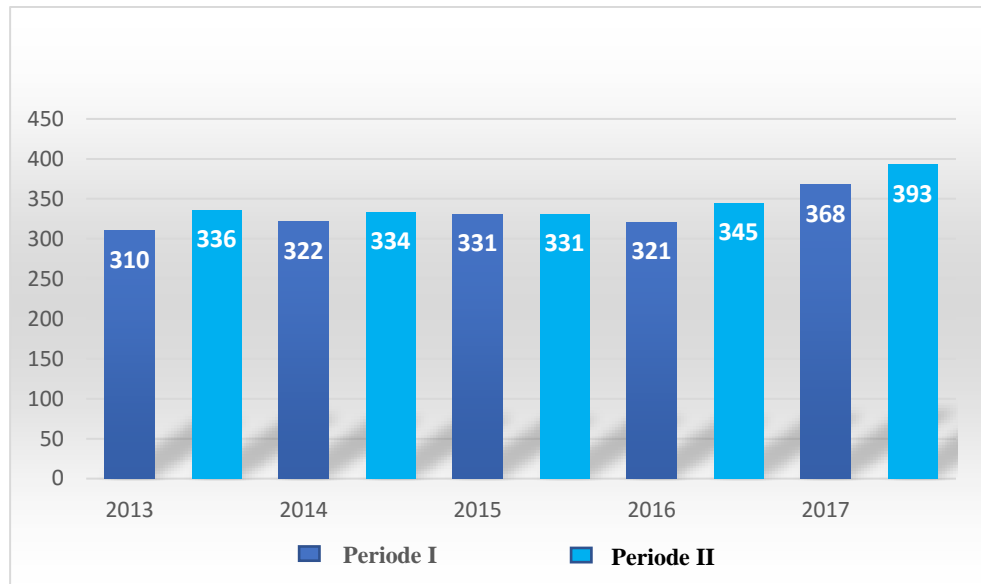
Namun, pada dasarnya masih banyak investor yang ragu atau bahkan merasa bingung untuk berinvestasi pada perusahaan. Minimnya pengetahuan atau informasi yang didapat, membuat mereka hanya mengetahui satu atau dua faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, misalnya investor hanya melihat kepada laba atau profit yang didapatkan perusahaan sehingga mereka tertarik untuk membeli saham. Sedangkan masih terdapat faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan seperti growth opportunity atau peluang pertumbuhan perusahaan maupun size atau ukuran perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan variabel growth opportunity, profitabilitas, dan size. Ketiga variabel ini diharapkan perusahaan dapat mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi sehingga investor tertarik untuk membeli saham pada perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain seperti *Growth Opportunity*, Profitabilitas, dan *size*. Penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), *Growth Opportunity* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan, sedangkan Pratiwi (2017) menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dewi dan Wirajaya (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun menurut Herawati (2013) profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh (2014) ukuran perusahaan dinyatakan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun menurut Meidawati dan Mildawati (2016) ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian tersebut maka perusahaan manufaktur dijadikan sebagai objek penelitian karena perusahaan manufaktur menjadi primadona di Indonesia. Berdasarkan laporan terkini dari UNIDO (United Nations Industrial Development Organization/ Organisasi Pembangunan Industri PBB) yang disampaikan perwakilan UNIDO yaitu Shadia Hajarabi, Indonesia masuk ke dalam 10 besar perusahaan manufaktur di dunia. Tiongkok memuncaki 10 perusahaan manufaktur di dunia diikuti dengan Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Korea Selatan, India, Italia, Perancis, Brasil, dan Indonesia. Masuknya Indonesia ke dalam 10 besar perusahaan manufaktur di dunia, membuat investor asing tertarik untuk membeli saham di Indonesia begitu pun investor dari Indonesia itu sendiri. Hal ini membuat perusahaan manufaktur menjadi mesin pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Untuk itu penulis bermaksud melakukan penelitian dengan menggunakan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI.

Dalam penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama lima tahun berturut-turut yaitu pada periode 2013-2017. Hal tersebut dikarenakan ISSI memiliki ruang lingkup yang luas karena terdiri dari jumlah saham yang cukup banyak sehingga saham tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap harga saham. Dan juga mengingat bahwa Indonesia sebagai negara muslim terbesar didunia merupakan pasar yang sangat besar untuk pengembangan industri keuangan syariah. Investasi syariah dipasar modal adalah bagian dari industri keuangan syariah dan mempunyai peran yang cukup penting untuk dapat meningkatkan pasar industri keuangan syariah di Indonesia, hal ini diharapkan investasi syariah di pasar modal Indonesia akan

mengalami pertumbuhan yang tinggi dan berikut adalah perkembangan jumlah saham syariah yang terdaftar.



sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Gambar 1.1. Perkembangan Saham Syariah 2013-2017

Gambar tersebut menunjukkan bahwa perkembangan saham syariah di Indonesia cukup pesat pada tahun 2017, dengan jumlah saham syariah tercatat sebanyak 393, hal tersebut mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2013 yang hanya sebanyak 336 saham yang tercatat. (Sumber : OJK). Hal tersebut menunjukkan bahwa saham syariah di Indonesia mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang cukup baik. Perkembangan saham syariah ini tentu menjadi fenomena yang menarik bagi para investor di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) sebagai objek penelitian, dan bermaksud mengetahui apakah *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel dependen pada penelitian ini yaitu nilai perusahaan, nilai perusahaan merupakan pendapat pemegang saham mengenai tingkat keberhasilan perusahaan yang memiliki kaitan erat dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi juga nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan mencerminkan kemakmuran para pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemegang perusahaan. Sedangkan,

Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan berupa prestasi yang dicapai perusahaan. Kinerja keuangan suatu perusahaan juga dapat diartikan sebagai prospek atau masa depan yang baik bagi perusahaan dilihat dari kegiatan operasional perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan dapat dilihat dari informasi keuangan perusahaan tersebut yaitu berupa laporan keuangan. Laporan keuangan sangat penting, karna dapat dipakai untuk pengambilan keputusan bagi investor maupun perusahaan itu sendiri. Laporan keuangan merupakan laporan yang menggambarkan hasil dari kegiatan operasional perusahaan.

Berdasarkan pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu yang pertama *growth opportunity*, *growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan dengan melihat perubahan total aktiva atau penjualan yang dimiliki perusahaan dari tahun sebelumnya (Mai, 2006). Peluang pertumbuhan perusahaan yang positif menandakan bahwa kondisi keuangan perusahaan memiliki perputaran yang bagus. Perusahaan yang berpotensi mencapai pertumbuhan yang tinggi kemungkinan akan memacu perusahaan untuk melakukan perluasan usaha. . Sesuai dengan Teori *Signaling*, perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang baik akan mengirimkan sinyal kepada investor bahwa perusahaan tersebut akan terus memiliki peluang pertumbuhan yang baik kedepannya, kemudian investor akan menangkap sinyal tersebut dan merespon positif dengan membeli saham di perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang membeli saham di perusahaan maka semakin tinggi harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hal ini diperkuat oleh penelitian Hermungsih (2013) serta Pangulu dan Ghozali (2013) *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu (Ernawati, 2015). Semakin tinggi laba suatu perusahaan maka semakin tinggi prospek perusahaan di masa yang akan datang. Profitabilitas juga merupakan gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaannya secara efektif dan efisien. Semakin tinggi laba yang dihasilkan perusahaan maka dividen yang dibagikan kepada investor juga akan tinggi. Investor pasti menyukai perusahaan yang membagikan dividen tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang membagikan dividen rendah. Karena sesuai dengan tujuan investor sendiri dalam melakukan investasi di suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan setinggi-tinggi dan kerugian serendah-rendahnya. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan menarik banyak investor untuk membeli saham. Banyaknya investor yang membeli saham perusahaan maka akan menaikkan harga saham perusahaan. Tingginya harga saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan penelitian Rahmawati dkk (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu juga hasil penelitian yang dilakukan Hermuningsih (2013), Dewi dan Wirajaya (2013), Rizqia dkk (2013), Kusuma dkk (2013), Prasetyorini (2013).

Size merupakan ukuran perusahaan yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aktiva atau total aset, karena nilai total aset umumnya sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya (Rahmawati dkk, 2015). Menurut Ernawati (2015) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinyatakan dalam total aset atau total penjualan bersih. Berdasarkan dengan Teori *Signaling*, investor akan menangkap sinyal dari perusahaan yang besar atau perusahaan yang memiliki aset tinggi bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan yang baik untuk kedepannya. Kemudian investor merespon positif dengan membeli saham. Semakin banyak investor yang membeli saham, maka akan menaikkan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi juga entitas perusahaan. Hal ini diperkuat oleh penelitian Prasetyorini (2013) *size* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu juga menurut Hermuningsih (2012) dan Pratiwi (2017).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang berbentuk kuantitatif yaitu berupa laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama lima tahun berturut-turut dari periode 2013 sampai dengan 2017.

Populasi dan Sampel

Obyek dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2013-2017. Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah metode *purposive sampling*. Beberapa kriteria yang diajukan untuk penentuan sampel yaitu sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI yang mendapatkan laba atau profit pada periode 2013-2017. (2) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI yang memiliki pertumbuhan penjualan pada periode 2013-2017. (3) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di ISSI yang menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang Indonesia yaitu Rupiah pada periode 2013-2017.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang berbentuk kuantitatif yaitu berupa laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama lima tahun berturut-turut dari periode 2013 sampai dengan 2017. Data diperoleh dari website BEI, SahamOK, dan IDX. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode dokumentasi.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Nilai perusahaan di dalam laporan keuangan tercermin dari *Price Book Value* (PBV) perusahaan. *Price Book Value* (PBV) merupakan perbandingan antara harga saham dan nilai buku per lembar sahamnya. PBV yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan pada saat ini maupun prospek perusahaan di masa depan. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena PBV banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Rumus PBV menurut Hermuningsih (2013) sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{harga saham per lembar}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

Variable Independen

Growth opportunity yaitu peluang pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat dari pertumbuhan total aset atau pertumbuhan total penjualan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi pasti akan membutuhkan dana yang lebih banyak di masa depan, terutama dana eksternal untuk memenuhi kebutuhan investasinya atau untuk membiayai pertumbuhannya. Pada penelitian ini perhitungan pertumbuhan penjualan menggunakan pertumbuhan total penjualan perusahaan. Menurut Mas'ud (2009) pengukuran variabel *Growth opportunity* atau peluang pertumbuhan perusahaan sebagai berikut :

$$Growth = \frac{\text{Total Penjualan}_t - \text{Total Penjualan}_{t-1}}{\text{Total Penjualan}_{t-1}}$$

Profitabilitas merupakan seberapa mampu perusahaan dalam menghasilkan laba atau profit. Hermuningsih (2013) menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio untuk menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan manajemen atas modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rumus ROE menurut Hermuningsih (2013) sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Size merupakan ukuran perusahaan yang menggambarkan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan sehingga dapat mempengaruhi penilaian investor dalam halnya berinvestasi. *Size* diukur dengan besarnya total aset yang dimiliki karena besarnya aset yang dimiliki menggambarkan semakin besar perusahaan tersebut. Pengukuran variabel *size* pada penelitian yang dilakukan Dewi dan Wijaya (2013) yaitu dengan menggunakan nilai logaritma natural dari total aset (*natural logarithm of asset*) perusahaan. Rumus *size* menurut Dewi dan Wijaya (2013) sebagai berikut :

$$Size = Ln (Total Aset)$$

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Metode analisis data yang di gunakan ada 2 yaitu Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial. Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang hanya menunjukkan data mean, median, minimum, maksimum, dan standar deviasi dari variabel pada penelitian ini. Sedangkan Analisis statistik inferensial adalah statistik yang di gunakan untuk menganalisis hasil sampel dan hasilnya akan diberlakukan pada populasi. Analisis inferensial ini menggunakan analisis regresi linier berganda, serta melakukan uji hipotesis dengan melakukan uji t dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial.

Dalam penelitian ini model persamaan regresi linier berganda yang akan di gunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Perusahaan} = a + b_1 \text{ GROWTH} + b_2 \text{ ROE} + b_3 \text{ SIZE}$$

Keterangan :

- 1) α = konstanta
- 2) b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi
- 3) GROWTH = *growth opportunity*
- 4) ROE = profitabilitas
- 5) SIZE = *size*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya *Growth Opportunity*, Profitabilitas, *Size*, dan Nilai Perusahaan.

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

	Nilai Perusahaan		<i>Growth Opportunity</i>		Profitabilitas		<i>Size</i>	
	Tinggi	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi	Rendah	Tinggi	Rendah
Mean	MERK	INCI	INCI	INDF	SMSM	INCI	INDF	INCI
	6.88176	0.29979	0.33472	0.07047	0.32889	0.07506	32.07474	25.99453
Maximum	KLBF	-	INCI	-	SMSM	-	INDF	-
	8.73763	-	0.53183	-	0.3666	-	32.15098	-
Minimum	-	KDSI	-	DVLA	-	KDSI	-	INCI
	-	0.204145	-	0.00194	-	0.030272	-	25.6369

Berdasarkan deskripsi data diatas pada tabel 4.2 menunjukkan hasil dari masing-masing variabel yang meliputi, pertama, nilai perusahaan yang diprosikan menggunakan PBV yaitu mempunyai nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 6.88176 pada perusahaan MERK dan nilai mean terendah terdapat pada perusahaan INCI sebesar 0.29979.

Berikutnya yaitu *Growth Opportunity* yang diprosikan menggunakan Total penjualan yaitu mempunyai nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 0.33472 pada perusahaan INCI dan nilai mean terendah diperoleh pada perusahaan INDF sebesar 0.07047.

Ketiga adalah Profitabilitas yang diprosikan menggunakan Return on equity (ROE) yaitu mempunyai nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 0.32889 pada perusahaan SMSM, dan nilai mean terendah diperoleh pada perusahaan INCI sebesar 0.07506.

Terakhir, variabel *Size* yang diproksikan menggunakan LN(Total Aset) yaitu mempunyai nilai rata-rata atau mean tertinggi yaitu sebesar 32.07474 pada perusahaan INDF, dan nilai mean terendah diperoleh pada perusahaan INCI sebesar 25.99453.

Regresi linier berganda yaitu alat analisis untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh kualitas variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah persamaan regresi linier berganda:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Perusahaan} &= a + b_1 \text{ GROWTH} + b_2 \text{ PROFITABILITAS} + b_3 \text{ SIZE} \\ &= -11.94008 + 2.207796 \text{ GROWTH} + 19.89179 \text{ PROFITABILITAS} + \\ &\quad 0.401633 \text{ SIZE} \end{aligned}$$

Keterangan :

- 1) α = konstanta
- 2) b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi
- 3) *GROWTH* = *growth opportunity*
- 4) PROFITABILITAS = profitabilitas
- 5) *SIZE* = *size*

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4.3

Uji Heteroskedastisitas

Prob. F- Statistik	Keterangan
0.1723	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.4

Uji Autokorelasi

Durbin-Watson stat	Keterangan
2.088010	Tidak terjadi autokorelasi

Tabel 4.5

Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	Centered VIF	Keterangan
<i>Growth Opportunity</i>	1.155761	Tidak terjadi Multikolinieritas
Profitabilitas	1.043808	Tidak terjadi Multikolinieritas
<i>Size</i>	1.116546	Tidak terjadi Multikolinieritas

Tabel 4.6
Uji Normalitas

Probability	Jarque-Bera
0.247554	2.792256

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari empat macam, yaitu uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual (*error*) satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas yaitu jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas dan dalam penelitian menggunakan *uji white* dengan melihat probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% atau 0.05. Berdasarkan hasil yang didapat uji heteroskedastisitas memiliki Probabilitas F-Statistik yaitu 0.1723, dimana $0.1723 > 0.05$ maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi yaitu uji yang diterapkan guna menguji ada tidaknya korelasi secara positif atau negatif antara galat (*error*) pada periode t dengan galatperiode t-1 (Alni dkk, 2015). Model regresi yang baik yaitu model regresi yang tidak mengalami autokorelasi. Konsekuensi yang dialami yaitu varians sampel tidak dapat menggambarkan varians populasinya yaitu model regresi tidak dapat membaca nilai variabel dependen pada nilai variabel independen tertentu. Ada atau tidaknya model regresi mengalami autokorelasi dapat diuji atau dianalisis menggunakan Uji Durbin-Watson (DW test) dengan melihat tabel Durbin-Watson

untuk menentukan nilai d_u dan d_l . Apabila tidak terjadi autokorelasi maka nilai Durbin-Watson (DW) berada di d_u dan $4 - d_u$.

Berdasarkan hasil yang didapat Durbin-Watson memiliki nilai 2.088010. kemudian dengan melihat tabel DW didapatkan :

$$T = 80 \qquad dL = 1.58592$$

$$K = 3 \qquad dU = 1.68823$$

$$d = 2.088010$$

maka,

$$d_u < d < 4 - d_u$$

$$1.68823 < 2.088010 < 4 - 1.68823$$

$$1.68823 < 2.088010 < 2.31177$$

Pada hasil tersebut menunjukkan nilai Durbin-Watson yaitu 2.088010 yang berada diantara 1.68823-2.31177, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Uji multikolinearitas yaitu uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang kuat antar variabel bebas atau variabel independen (Alni dkk, 2015). Model regresi yang baik yaitu tidak terjadinya multikolinearitas. Untuk mendeteksi masalah multikolinieritas pada model regresi yaitu dapat dilihat menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dimana nilai VIF harus < 10 . Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel growth opportunity memperoleh nilai VIF 1.155761, profitabilitas 1.043808. dan size 1.116546. jadi, variabel diatas tidak ada yang nilai VIF nya melebihi 10 hal ini memnunjukkan tidak terjadinya multikolinieritas dalam model regresi tersebut.

Uji Normalitas merupakan alat pengujian untuk mengetahui apakah penyebaran data dalam variabel dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal berarti model regresi sudah cukup baik untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Pada uji statistik apabila nilai *probability* > 0.05 maka data terdistribusi normal, sedangkan apabila nilai *probability* < 0.05 maka data tidak terdistribusi normal. Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat dilihat bahwa pada uji normalitas model regresi memiliki nilai jarque-bera sebesar 2.792256 dengan nilai *probability* sebesar 0.247554 dimana > 0.05 sehingga dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

Tabel 4.7

Uji F atau Uji Kelayakan Model

F-Statistic	33.27748
Prob. (F-Statistic)	0.000000

Tabel 4.8

Uji statistic t

Variabel	Coefficient	t-statistic	Prob.
C	-11.94008	-3.978674	0.0002
<i>Growth</i>	2.207796	1.184033	0.2401
Profitabilitas	19.89179	8.856717	0.0000
<i>Size</i>	0.401683	3.989185	0.0002

Tabel 4.10

Uji Koefisien Determinasi

<i>adjusted R square</i>	0.567770
--------------------------	----------

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis terdiri dari Uji Goodness of Fit yang digunakan untuk menguji kelayakan model yang digunakan dalam penelitian. Uji F signifikan maka model dikatakan layak untuk diteliti, atau model fit. Model dikatakan layak apabila data fit (cocok) dengan persamaan regresi. Model Goodness of Fit yang dapat dilihat dari nilai uji F analisis of variance (ANOVA) (Ghozali dan Ratmono, 2013). Berdasarkan hasil yang didapat nilai F-statistic 33.27748 dengan nilai probability atau Prob(F-Statistic) sebesar 0.000000 dimana $0.000000 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan atau bersama-sama antar variabel independen yaitu *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size*. Maka, model layak untuk diuji.

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menggunakan Uji t. Uji t dilakukan untuk menguji seberapa jauh variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel dependennya (Alni dkk, 2015). Selain itu uji t juga untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel untuk pengambilan keputusan hipotesis akan diterima atau ditolak berdasarkan hipotesis penelitian. Jika probabilitas kurang dari tingkat signifikansi yaitu ($\text{Sig} < 0,05$), maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen maupun sebaliknya. Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 4.8 dapat diinterpretasikan bahwa pengujian hipotesis pertama yaitu variabel *growth* memiliki koefisien sebesar 2.207796 dengan nilai prob sebesar 0.2401 dimana $0.2401 > 0.05$. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan maka hipotesis pertama ditolak. Maka, variabel *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan,

pengujian hipotesis kedua variabel profitabilitas memiliki koefisien sebesar 19.89179 dengan nilai prob sebesar 0.0000 dimana $0.0000 < 0.05$. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan maka hipotesis kedua diterima. Maka variabel profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengujian hipotesis ketiga variabel *size* memiliki koefisien sebesar 0.401683 dengan nilai prob sebesar 0.0002, dimana $0.0002 < 0.05$. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan maka hipotesis ketiga diterima maka variabel *size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien determinasi (R^2) yaitu digunakan untuk mengukur seberapa jauh atau seberapa kuat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya (Alni dkk, 2015). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R^2 yang baik yaitu berkisar pada angka 0.4-0.6 atau 40% sampai dengan 60%. Berdasarkan tabel 4.10 koefisien determinasi (*adjusted R square*) diperoleh sebesar 0.567770 atau 56,777 %. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen *growth opportunity*, profitabilitas, dan *size* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sebesar 56,777 % sedangkan sisanya

yaitu sebesar 43,223% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model regresi.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh *growth opportunity* bahwa koefisien regresi yang diprosikan dengan *growth* diperoleh sebesar 0.2401 dimana $0.2401 > 0.05$ sehingga dapat dikatakan *growth opportunity* tidak berkorelasi signifikan pada nilai perusahaan. jadi, dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *growth opportunity* yang dilihat dari total penjualan dari tahun sebelumnya atau dari tahun ke tahun tidak mempengaruhi besar kecilnya nilai perusahaan. Yang artinya bahwa hanya dengan melihat dari total penjualan perusahaan dari tahun ke tahun belum bisa memberikan sinyal yang bagus bagi investor untuk membeli saham pada perusahaan. Hal ini berarti tidak sesuai dengan teori *signaling* yang mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan memberikan sinyal kepada investor karena total penjualan yang meningkat belum tentu juga laba perusahaan juga akan meningkat, meskipun berapapun besarnya hasil yang didapat dari total penjualan. Dikarenakan penjualan belum dikurangi dengan beban-beban biaya perusahaan. Apabila total penjualan tinggi sedangkan beban-beban biaya perusahaan juga tinggi maka profit yang didapatkan perusahaan akan rendah. Sedangkan investor lebih menyukai perusahaan yang mendapatkan profit tinggi karena nantinya return (pengembalian) yang didapatkan juga tinggi. Sehingga tumbuhnya penjualan tidak dijadikan sebagai variabel yang dilihat oleh investor dalam keputusannya untuk membeli saham perusahaan, dan investor akan tertarik untuk melihat pada laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dimana laba didapatkan setelah total penjualan dikurangi dengan beban-beban biaya.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Pratiwi (2017) bahwa semakin tingginya *growth opportunity* perusahaan tidak mempengaruhi pada investor dalam berinvestasi. Karena tinggi atau rendahnya *growth opportunity* tidak akan menjamin tingkat pengembalian yang diharapkan investor. Hal ini disebabkan tingginya peluang pertumbuhan berhubungan dengan pembiayaan pada perusahaan.

Jadi, perusahaan yang berkesempatan memiliki pertumbuhan yang tinggi akan butuh banyak dana untuk mengembangkan operasional perusahaannya. Manajemen juga akan lebih mementingkan pada pertumbuhan perusahaan dibandingkan kesejahteraan para investor dan laba yang diperoleh perusahaan akan lebih difokuskan untuk pembiayaan pertumbuhan perusahaan dibandingkan untuk dibagikan kepada para pemegang saham. Namun investor juga tidak hanya melihat pada variabel *growth opportunity* tapi dari variabel lain juga. Pada hasil penelitian ini juga sependapat dengan hasil penelitian Maidawati dan Mildawati (2018) bahwa menyatakan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil yang diperoleh profitabilitas bahwa koefisien regresi yang diproksikan dengan ROE diperoleh sebesar 19.89179 dengan nilai prob sebesar 0.0000 dimana $0.0000 < 0.05$. sehingga dapat dikatakan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE atau laba bersih dibagi dengan modal sendiri dapat dikatakan bahwa laba yang didapatkan perusahaan atas pengelolaan modal sendiri yang dimilikinya secara efektif dan efisien sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan. Dan investor juga akan menyukai perusahaan-perusahaan yang memiliki profit yang tinggi dibandingkan dengan profit yang lebih rendah, karena *return* yang diperoleh juga akan meningkat. Sesuai dengan teori *signaling* bahwa perusahaan yang mendapatkan laba tinggi akan memberikan sinyal positif terhadap investor, bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik kedepannya dan investor akan menangkap sinyal dengan membeli saham pada perusahaan yang memiliki laba yang tinggi. Semakin banyak investor yang membeli saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan dilihat dari naiknya harga saham perusahaan. Hasil ini juga sependapat dengan penelitian Dewi dan Wirajaya (2013) bahwa semakin tinggi profit/laba perusahaan maka akan

memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik kedepannya. Dengan ini perusahaan akan menarik banyak investor dalam berinvestasi pada perusahaan karena kemakmuran yang dijanjikan perusahaan dari laba perusahaan. Keputusan dalam berinvestasi yang dilakukan oleh investor akan menaikkan harga saham perusahaan karena semakin tinggi harga saham maka akan berpengaruh juga pada kenaikan nilai perusahaan.

Pengaruh *Size* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi variabel *size* memiliki koefisien sebesar 0.401683 dengan nilai prob sebesar 0.0002, dimana $0.0002 < 0.05$. sehingga dapat dikatakan variabel *size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga apabila semakin besar *size* atau ukuran perusahaan yang diukur menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kekayaan yang besar. Sehingga semakin besar perusahaan maka investor juga akan merasa aman apabila membeli saham pada perusahaan tersebut. Kemampuan perusahaan tersebut akan mengirimkan sinyal positif terhadap investor, dan investor pun menangkap sinyal positif bahwa mereka akan mendapatkan *return* yang tinggi dimasa yang akan datang. Aset juga berhubungan dengan struktur modal perusahaan. Struktur modal adalah sumber dana yang didapatkan oleh perusahaan baik berupa utang maupun modal. hubungan antara aset dengan struktur modal saling berkesinambungan karena total aset sama dengan total pasiva.

Aset atau aktiva merupakan penggunaan dana perusahaan sedangkan pasiva terdiri dari modal dan utang yang merupakan sumber dana perusahaan. Semakin tinggi total pasiva maka semakin tinggi juga total total aset, ini menandakan dana yang dimiliki perusahaan digunakan dengan baik untuk pembelian aset- aset perusahaan. Semakin tinggi aset maka akan menarik investor untuk membeli saham pada perusahaan tersebut maka akan meningkatkan harga saham perusahaan dan juga akan mempengaruhi nilai perusahaan yang akan semakin meningkat, karena harga saham yang tinggi otomatis akan mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi

pula. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh (2014) bahwa *size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Growth opportunity* tidak berkorelasi signifikan terhadap entitas perusahaan. Hal ini mengidentifikasi bahwa tinggi atau rendahnya pertumbuhan perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Karena penjualan belum dikurangi dengan beban-beban biaya perusahaan. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengidentifikasi bahwa tingginya profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan tinggi. Dan *Size* berkorelasi positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengidentifikasi bahwa besarnya perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena investor akan berpersepsi bahwa perusahaan yang tinggi atau besar sudah pasti memiliki total aset yang tinggi juga dan investor banyak yang tertarik untuk membeli saham pada perusahaan yang memiliki aset yang tinggi.

Yang bisa disarankan bagi investor yaitu diharapkan investor dapat mempertimbangan faktor-faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan jangan hanya melihat kepada satu faktor saja akan tetapi banyak faktor untuk bahan pertimbangan dalam berinvestasi.

Bagi Perusahaan, mereka dapat memperhatikan faktor apa saja yang dapat meningkatkan nilai perusahaan agar nantinya dapat mengambil keputusan lebih tepat bagi kelangsungan kehidupan perusahaan.

Penelitian ini masih dapat dikembangkan kembali dengan menambah variabel independen yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan juga menambah sampel perusahaan yang terdaftar di ISSI dengan periode yang ter *update*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Ayu Sri Mahatma, dan Ary Wirajaya, 2013, "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan", *E-Jurnal Universitas Udayana* 4.2, halaman 358-372.
- Ernawati, Dewi, 2015, "Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 4 No. 4, halaman 1-17.
- Halim, Abdul dan Mahmud M. Hanafi, 2009, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi 4, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Hermungsih, Sri, 2013, "Pengaruh Profitabilits, *Growth Opportunity*, Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia", *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, halaman 128-147.
- Kusuma, Ginanjar Indra, Suhadak, dan Zainul Arifin, 2013, "Analisis Pengaruh Profitabilitas (*Profitability*) dan Tingkat Pertumbuhan (*Growth*) Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan", halaman 1-15.
- Meidiawati, Karina, dan Titik Mildawati, 2016, "Pengaruh *Size*, *Growth*, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 5 No. 2, halaman 1-16.
- Munawir, S, 2010, *Analisis laporan Keuangan Edisi keempat. Cetakan Kelima Belas*. Yogyakarta : Liberty.
- Prasetyorini, Bhekti Fitri, 2013, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 1 Nomor 1, halaman 184-196.
- Prastuti, Ni Kadek Rai, dan I Gede Merta Sudiarta, 2016, "Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5 No.3, halaman 1572-1598.
- Pratiwi, Dyah Putri, 2017, "Pengaruh *Growth Opportunity*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 6 No. 2, halaman 441-455.
- Putri, Fika Qoriana, 2016, "Pengaruh *Growth Opportunity*, Kebijakan Hutang, dan Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 No. 10, halaman 1-19.

- Rahmawati, Alni, Fajarwati, dan Fauziah, 2015, *Statistika Teori dan Praktek*, Edisi 3, Yogyakarta : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rahmawati, Amalia Dewi, Topowijono, dan Sri Sulasmiyati, 2015, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 23 No.2, halaman 1-7.
- Rizqia, Dwita Ayu, Siti Aisjah, dan Sumiati, 2013, “*Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value*”, *Research Jurnal of Finance and Accounting*, Vol. 4 No. 11, halaman 120-130.
- Roslianti, Rizkary, 2014, “Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Return Saham (Studi pada Emiten Saham Syariah Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2011-2012)”, *JESTT*, Vol.1 N

