

## PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS, SIZE, DAN GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Roosiana Ayu Indah Sari  
*roosiana.ayu@gmail.com*  
Maswar Patuh Priyadi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to examine the influence of leverage, profitability, size, and growth opportunity to the firm value. The population is all manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange in 2011-2015 periods. The sample collection technique has been carried out by using purposive sampling. Purposive sampling is a sample collection method through some certain criteria which has been determined by the researcher. Based on the determined sample criteria, 53 companies have been selected as samples. This research has been done by using 5-year time spans. Therefore the total number of this research samples are 265 companies. This research has been carried out by using secondary data in the form of annual financial statement which have been obtained from Indonesia Stock Exchange. The data analysis technique has been conducted by using multiple linear regressions analysis with its significance level is 5%. The result of Goodness of fit test of models shows that simultaneously leverage, profitability, size, and growth opportunity have an influence to the firm value. the result of partial test shows that leverage variable has negative influence to the firm value whereas profitability, size, and growth opportunity have positive influence to the firm value.*

**Keywords :** *Leverage, profitability, size, growth opportunity, firm value.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2011-2015. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang ditentukan melalui kriteria-kriteria tertentu oleh peneliti. Berdasarkan kriteria sampel yang telah ditetapkan, diperoleh sampel sebanyak 53 perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan jangka waktu 5 tahun, sehingga total seluruh sampel penelitian ini sebanyak 265 perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Hasil penelitian uji kesesuaian model menunjukkan bahwa *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci :** *leverage, profitabilitas, size, growth opportunity, nilai perusahaan.*

### PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur mendorong perusahaan-perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerja perusahaan masing-masing. Tujuan utama perusahaan meningkatkan kinerjanya adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan saat ini serta dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang. Sehingga nilai perusahaan dianggap mampu mempengaruhi penilaian para investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan dapat berupa nilai aset dan keahlian manajemen dalam mengelola perusahaan. Salah satu aset perusahaan yaitu saham yang merupakan surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh modal jangka panjang. Bagi perusahaan yang sudah *go public*, nilai

perusahaan dapat ditentukan oleh harga saham yang tercantum di Bursa Efek. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu meningkatkan kinerjanya secara baik. Pembentukan harga saham disebabkan adanya permintaan dan penawaran atas saham yang disebabkan banyak faktor (Wulandari, 2013:456). Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity*.

Menurut Martono dan Harjito (2008:295) rasio *leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost asset or fund*) yang gunanya untuk memperbesar tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi rentan terhadap kondisi *financial distress*. *Financial distress* merupakan keadaan dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan dan terancam akan mengalami kebangkrutan karena penggunaan utang yang berlebihan sehingga tidak mampu memenuhi kewajiban-kewajibannya. Kerugian yang timbul tidak hanya ditanggung oleh perusahaan tetapi juga di tanggung oleh para pemegang saham dan investor. Kerugian tersebut dapat berupa pengurangan dividen atau kebangkrutan perusahaan akibat tidak dapat membayar beban tetap. Hal ini menyebabkan nilai perusahaan menurun karena dianggap mengurangi kemakmuran pemilik atau pemegang saham perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan akan semakin rendah nilai perusahaan. Penelitian Sari dan Sidiq (2013) dan Febrianti (2012) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Sari (2013) memperoleh hasil yang berbeda yaitu *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Dewi dan Wirajaya (2013) juga menghasilkan hasil yang berbeda yaitu DER (*Debt to Equity Ratio*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi (Hermuningsih, 2013:128). Tingkat pengembalian saham yang tinggi merupakan salah satu alasan investor menanamkan modal kepada perusahaan. Manajemen harus mampu mengelola sumberdana yang dimiliki secara efektif agar dapat meningkatkan laba bersih. *Return on equity* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham (Hermuningsih, 2013:128). Semakin tinggi *return on equity* maka akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Meningkatnya permintaan saham akan mendorong harga saham meningkat. Tingginya harga saham akan menentukan *return* yang diterima oleh para investor. Semakin tinggi perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang di harapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik (Dewi dan Wirajaya, 2013:363). Penelitian Prasetyorini (2013) menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Sidiq (2013) menghasilkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran dari sebuah perusahaan juga ikut menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (*size*) merupakan suatu indikator dari kekuatan *financial* suatu perusahaan (Hermuningsih, 2012:233). Perusahaan besar lebih memiliki kepercayaan investor dibandingkan dengan perusahaan kecil karena perusahaan besar dianggap memiliki kondisi yang stabil. Sehingga memudahkan perusahaan dalam mendapatkan modal. Seperti yang diungkapkan Dewi dan Wirajaya (2013:360) semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan (Pantow et al. 2015:962). Meningkatnya harga saham perusahaan menandakan adanya peningkatan nilai

perusahaan. Penelitian Pantow et al. (2015) menunjukkan bahwa *size* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, dalam penelitian Febrianti (2012) memperoleh hasil *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

*Growth opportunity* atau peluang bertumbuh perusahaan menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang. Menurut Kartini dan Arianto (dalam Hermuningsih, 2013:132) peluang pertumbuhan adalah perubahan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang cenderung lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan (Hermuningsih, 2013:132). Adanya peluang investasi memberikan sinyal positif kepada investor tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Sinyal yang di tangkap oleh investor tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Growth opportunity* yang tinggi menandakan peluang untuk mendapatkan *return* lebih tinggi dimasa yang akan datang. Artinya, *growth opportunity* akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian Hermuningsih (2013) menunjukkan hasil *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut hasilnya sama dengan yang dilakukan oleh Sari (2013) dan Prasetyorini (2013). Namun, Poernawati (2008) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu *growth opportunity* yang di proksikan dengan *Price Earning Ratio* (PER) tidak berpengaruh terhadap *return* saham, sedangkan *Price to Book Value* (PBV) berpengaruh lebih dominan terhadap *return* saham.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Sidiq (2013). Penelitian ini berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Sidiq (2013) karena penelitian ini menambahkan variabel *growth opportunity*. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel bebas yaitu *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Penelitian mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan dan *return* saham telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Namun, terdapat juga penelitian sebelumnya yang menghasilkan hasil penelitian yang berbeda-beda. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti ulang untuk membuktikan apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2015.

## TINJAUAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

### Teori Sinyal (Signaling Theory)

Menurut Arifin (2005:11) teori sinyal pada dasarnya membahas adanya ketidaksamaan informasi antara pihak internal dan pihak eksternal perusahaan. Pihak internal perusahaan (manajer) biasanya memiliki lebih banyak informasi mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya dibandingkan pihak eksternal (investor). Untuk menghindari asimetri informasi pihak internal mengeluarkan laporan tahunan sebagai sinyal kepada para investor mengenai prospek perusahaan kedepannya. Laporan tahunan biasanya memuat informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan.

Informasi yang diberikan kepada publik sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal kepada para investor dalam mengambil keputusan investasi. Sinyal yang diberikan oleh perusahaan mengandung *bad news* (berita buruk) atau *good news* (berita baik). Sinyal yang diberikan kepada publik akan mempengaruhi fluktuasi harga saham perusahaan. Jika sinyal perusahaan menginformasikan kabar baik maka harga saham akan naik, namun sebaliknya jika perusahaan menginformasikan kabar buruk maka saham akan turun. Jika suatu perusahaan ingin sahamnya dibeli oleh investor maka perusahaan tersebut harus

memberikan sinyal yang dapat ditangkap pasar dan di persepsikan dengan baik serta tidak mudah ditiru perusahaan yang berkualitas buruk.

### **Trade-off Theory**

Perusahaan dalam membiayai perusahaan sebagian menggunakan hutang dan sebagian menggunakan ekuitas lain. *Trade-off theory* berasumsi bahwa struktur modal merupakan hasil pertimbangan dari keuntungan pajak dengan menggunakan hutang dengan biaya yang akan timbul sebagai penggunaan hutang tersebut. Dalam penggunaan hutang *Trade-off theory* menjelaskan jika posisi struktur modal perusahaan berada dibawah titik optimal maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika posisi struktur modal berada di atas titik optimal maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan.

Perusahaan dalam menggunakan hutang memiliki keuntungan yaitu berupa pengurangan pajak. Namun, apabila penggunaan hutang tersebut telah melebihi keuntungan yang didapat dari keuntungan pajak tersebut maka tidak diperbolehkan lagi menambah hutang. Karena semakin tinggi perusahaan melakukan pendanaan melalui hutang maka akan semakin besar resiko yang ditanggung. Resiko tersebut berupa ketidakmampuan membayar bunga dan pokok pinjaman yang terlalu besar yang harus dibayarkan secara rutin sesuai dengan kontrak perjanjian tanpa peduli seberapa besar laba yang didapat perusahaan.

### **Nilai Perusahaan**

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat memakmurkan para pemegang sahamnya. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham dan Houston, 2006). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (Fakhurudin dan Hadianto, 2001). Nilai perusahaan yang tinggi mampu meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan dimasa depan. Hal ini karena investor percaya bahwa semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian yang akan diterima investor. Dengan kata lain perusahaan dengan harga saham yang tinggi mempunyai nilai yang baik karena dianggap mampu mensejahterahkan para pemegang sahamnya.

Christiawan dan Tarigan (2007) menyebutkan beberapa konsep nilai yang menjelaskan konsep nilai suatu perusahaan antara lain: (1) Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif. (2) Nilai pasar disebut juga kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan di jual di pasar saham. (3) Nilai intrinstik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari. (4) Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi, nilai liquiditas adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. (5) Nilai liquiditas bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan di liquidasi.

### *Leverage*

Penggunaan sumber pembiayaan jangka panjang dan jangka pendek yang dilakukan oleh perusahaan akan menimbulkan efek yang disebut *leverage*. *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat resiko tak tertagihnya suatu hutang (Almilia dan Retrinasari, 2007). Konsep *leverage* ini penting bagi investor dalam membuat pertimbangan penilaian saham. *Leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektifitas penggunaan hutang perusahaan. Perusahaan harus mampu mempertimbangkan pendanaan dengan menggunakan hutang karena akan terjadi peningkatan resiko seiring dengan penggunaan hutang yang dilakukan. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka akan semakin tinggi resiko perusahaan tersebut dan begitu juga sebaliknya. Didalam manajemen perusahaan pada umumnya dikenal tiga macam *leverage* yaitu *operating leverage*, *financial leverage*, dan *total leverage*. *Leverage* operasional adalah beban tetap yang harus dikeluarkan oleh perusahaan karena adanya aktivitas operasional yang terjadi dalam perusahaan. *Leverage* operasi ini digunakan untuk mengukur seberapa besar penggunaan biaya tetap operasi dalam perusahaan. Husnan (dalam Sari dan Sidiq 2013:3) mengatakan *financial leverage* terjadi pada saat perusahaan menggunakan utang dan menimbulkan beban tetap yaitu bunga yang harus dibayar dari hasil operasinya. *Leverage* total merupakan kombinasi antara *leverage* operasi dan *leverage* keuangan. Menurut Warsono (2003:223) *leverage* kombinasi atau *leverage* total dapat didefinisikan sebagai setiap penggunaan potensial biaya-biaya tetap, baik biaya operasi maupun keuangan (*financial*), untuk meningkatkan pengaruh perubahan dalam penjualan atas laba perlembar saham atau laba setelah pajak perusahaan.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya, Chen (dalam Hermuningsih, 2013:131). Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan modal yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang tinggi lebih menarik perhatian para investor. Investor yang tertarik terhadap perusahaan akan melakukan penanaman modal ke perusahaan, namun sebaliknya apabila perusahaan dianggap memiliki kemampuan menghasilkan laba yang rendah investor akan menarik kembali dananya dari perusahaan.

### *Size*

Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan suatu indikator dari kekuatan *financial* suatu perusahaan (Hermuningsih, 2012:233). Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan melalui penjualan dan jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk memperoleh pendanaan dari berbagai sumber. Umumnya perusahaan besar memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dan dikenal oleh masyarakat. Hal ini akan memudahkan perusahaan dalam mencari modal melalui para investor. Mudahnya perusahaan dalam mendapatkan modal akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum.

Menurut Badan Standarisasi Nasional (dalam Sulistiono, 2010) kategori ukuran perusahaan ada 3, yaitu: Perusahaan

#### a. Perusahaan Kecil (*Small Firms*)

Perusahaan dikategorikan perusahaan kecil apabila perusahaan memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000,- sampai dengan paling banyak 500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,- sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,-.

b. Perusahaan Menengah (*Medium Firms*)

Perusahaan dikategorikan perusahaan apabila perusahaan tersebut memiliki kekayaan bersih antara 500.000.000,- sampai paling banyak 10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak 50.000.000.000,-.

c. Perusahaan Besar (*Large Firms*)

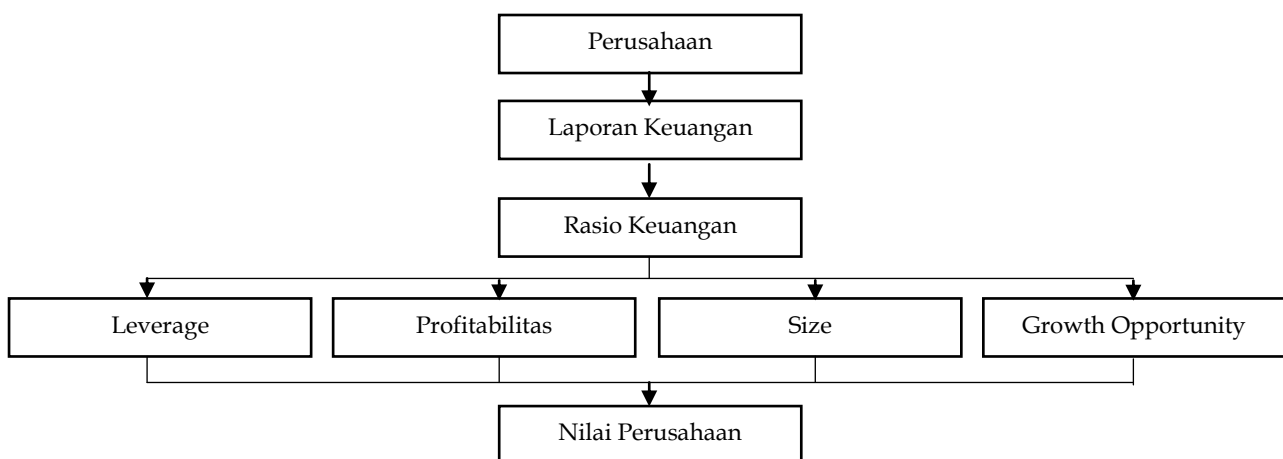
Perusahaan dapat dikategorikan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50.000.000.000.

***Growth Opportunity***

Menurut Mai (dalam Hermuningsih, 2013:132) *growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Pertumbuhan perusahaan merupakan harapan dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi sering melakukan ekspansi usaha sehingga lebih banyak membutuhkan dana di masa depan untuk memenuhi kebutuhannya. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan yang tinggi biasa memilih menggunakan saham untuk mendani operasionalnya. Sedangkan perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang rendah lebih memilih menggunakan hutang jangka panjang. Dalam penelitian ini akan menggunakan rasio *Price Earning Ratio* (PER) sebagai proksi *growth opportunity*. Menurut Sudana (dalam Prasetyorini, 2013:188) *Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang yang tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan.

Perusahaan yang memiliki kesempatan bertumbuh yang tinggi biasanya memiliki rasio *Price Earning Ratio* (PER) yang tinggi juga. Sedangkan perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang rendah memiliki rasio *Price Earning Ratio* (PER) yang rendah pula. Semakin rendah *Price Earning Ratio* (PER) suatu saham maka akan semakin murah harganya dan semakin baik pula kinerja perlembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan (Prasetyorini, 2013:188).

**RerangkaPenelitian**



**Gambar 1**  
**RerangkaPenelitian**

## Perumusan Hipotesis

### Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

*Trade-off theory* menjelaskan jika posisi struktur modal perusahaan berada dibawah titik optimal maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, jika posisi struktur modal berada di atas titik optimal maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. Keputusan pendanaan dalam penggunaan hutang mampu meningkatkan nilai perusahaan. Namun, jika penggunaan hutang tersebut terlalu besar nilainya akan berdampak negatif terhadap perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mengandung resiko tinggi. Sehingga akan menyebabkan turunnya nilai perusahaan karena perusahaan dianggap mengandung resiko yang tinggi yang akan merugikan pihak investor. Dewi dan Wirajaya (2013) juga memperoleh hasil yang berbeda yaitu *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan dari uraian diatas maka akan diturunkan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dengan profitabilitas yang banyak diminati oleh para investor karena dianggap memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi. Ketertarikan investor terhadap perusahaan akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Apabila terjadi kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal (Hermuningsih, 2013:135). Tinggi rendahnya harga saham yang terbentuk mempengaruhi nilai dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Penelitian Prasetyorini (2013) menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan dari uraian diatas maka akan diturunkan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh Size terhadap Nilai Perusahaan

*Size* atau ukuran perusahaan merupakan cerminan dari besar kecilnya sebuah perusahaan yang terlihat dari total aktiva yang dimiliki. Perusahaan dengan ukuran besar mempunyai kualitas kinerja yang baik dan keuangan perusahaan relatif stabil. Investor menyukai perusahaan dengan ukuran yang besar karena perusahaan dengan ukuran yang besar kualitasnya lebih dikenal oleh masyarakat. Sehingga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan modal lebih mudah melalui pasar modal. Adanya kecukupan modal yang tersedia menjadikan perusahaan mampu memaksimalkan kinerjanya. Perusahaan dengan kinerja yang baik tentunya akan menghasilkan keuntungan yang tinggi pula.

Selain itu perusahaan besar juga sering melakukan diversifikasi usaha. Diversifikasi adalah penganekaragaman produk atau lokasi usaha untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Dengan adanya diversifikasi usaha apabila perusahaan mengalami suatu kemerosotan pada suatu produk atau daerah tertentu, maka dapat tertutupi oleh penghasilan dari produk atau daerah lain. Sehingga perusahaan menjadi lebih stabil dan akan terhindar dari resiko-resiko yang dapat membahayakan kelangsungan hidup perusahaan. Febrianti (2012) memperoleh hasil *Size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan dari uraian diatas maka akan diturunkan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : *Size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Mai (dalam Hermuningsih, 2013:132) *growth opportunity* atau kesempatan bertumbuh adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan. Pertumbuhan perusahaan merupakan harapan dari pihak internal maupun eksternal perusahaan.

Kesempatan bertumbuh perusahaan dihitung menggunakan rasio *Price Earning Ratio* (PER). *Price Earning Ratio* (PER) menilai prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan yang tercermin pada harga saham. Prasetyorini (2013:192) mengatakan semakin tinggi *Price Earning Ratio* (PER) maka semakin tinggi pula harga per lembar saham suatu perusahaan dan mengindikasikan nilai perusahaan yang bagus sehingga saham perusahaan tersebut termasuk *blue chip* dalam pasar modal.

Perusahaan yang tergolong ke dalam *blue chip* memiliki *Price Earning Ratio* (PER) yang tinggi artinya mempunyai saham yang mahal dan kemungkinan mendapat *capital gain* lebih kecil. Namun, investor tetap akan mendapatkan keuntungan berupa pembagian dividen yang jumlahnya cukup besar, karena biasanya perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang sangat bagus sehingga walaupun harga sahamnya tergolong mahal tetapi *return* yang diterima investor akan sepadan dengan pengorbanannya. Febrianti (2012) menunjukkan hasil *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut hasilnya sama dengan yang dilakukan oleh Sari (2013) dan Prasetyorini (2013). Berdasarkan dari uraian diatas maka akan diturunkan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>4</sub> : *Growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan keuangan auditan secara lengkap tahun 2011-2015.
2. Perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar dan masih terdaftar tahun 2011-2015.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian.

Dari proses pemilihan sampel yang dilakukan terdapat sebanyak 53 sampel perusahaan. penelitian ini dilakukan selama 5 tahun (2011-2015) sehingga total seluruh sampel dalam penelitian ini sebanyak 265 sampel perusahaan.

### Pengukuran Variabel

#### 1. Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini nilai perusahaan akan diukur menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q merupakan salah satu rasio nilai pasar saham terhadap nilai buku ekuitas perusahaan (Hermuningsih, 2013:138). Rumus dari Tobin's Q yaitu :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

EMV (*Equity Market Value*) diperoleh dari perkalian harga saham penutupan dengan jumlah saham yang beredar. EBV (*Equity Book Value*) diperoleh dari selisih total aset dengan total kewajiban (Hermuningsih, 2012:237).

#### 2. Leverage

*Financial leverage* dapat dihitung menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan seberapa besar bagian dari modal perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Rumus dari *Debt to Equity Ratio* adalah sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

#### 3. Profitabilitas

Profitabilitas perusahaan diukur dengan menggunakan *Return on Equity* (ROE). *Return on Equity* (ROE) menggambarkan tingkat pengembalian yang akan diterima investor atas modal yang ditanam yang telah dipotong kewajiban investor. *Return on Equity* (ROE) dihitung dengan rumus sebagai berikut :



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

#### 4. Size

Size atau ukuran perusahaan dapat dilihat melalui total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Hermuningsih (2012:237) size atau ukuran perusahaan dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

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

#### 5. Growth Opportunity

Growth opportunity diukur dengan menggunakan Price Earning Ratio (PER). Price Earning Ratio (PER) merupakan rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek suatu perusahaan pada masa yang akan datang yang tersermin pada harga saham perusahaan. Price Earning Ratio (PER) dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per lembar saham}}$$

Laba per lembar saham dapat diperoleh dengan cara laba bersih setelah pajak dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Sedangkan harga saham dapat dilihat dari harga saham penutupan (*closing price*).

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi. Uji asumsi klasik bertujuan agar model regresi tidak menghasilkan penduga yang bias. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan heteroskedastisitas.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dan diolah dengan menggunakan *Statistical Package for Social Sciens* (SPSS). Metode regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui hubungan positif atau negatif antara variabel independen dengan dependen. Dikatakan regresi linier berganda karena variabel dependennya satu yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel independennya terdiri atas *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity*. Dalam penelitian ini akan digunakan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{LEV} + \beta_2 \text{PROF} + \beta_3 \text{SIZE} + \beta_4 \text{GROWTH} + e$$

Keterangan :

Y	= Nilai perusahaan
$\alpha$	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$	= Koefisien regresi
LEV	= <i>Leverage</i>
PROF	= Profitabilitas
SIZE	= <i>Size</i>
GROWTH	= <i>Growth opportunity</i>
e	= <i>Error term</i>

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari uji kesesuaian model, uji parsial, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Uji F digunakan untuk menguji ketepatan model regresi, apakah *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap nilai perusahaan. Uji t digunakan untuk menguji secara parsial (satu per satu) seberapa jauh pengaruh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Pengaruh masing-masing variabel tersebut dapat di tunjukan dari nilai signifikan uji t. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi

variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 menandakan bahwa variabel-variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran nilai maksimum, minimum, rata-rata, dan standart deviasi masing-masing variabel yang digunakan. Variabel-variabel penelitian yang diamati yaitu mengenai perkebangan variabel bebas *leverage*, *size*, profitabilitas, dan *growth opportunity* serta variabel terikatnya yaitu nilai perusahaan. Dalam penelitian ini hasil analisis deskriptif disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1**  
**Analisis Deskriptif**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
DER	196	,11	7,40	,9788	,99126
ROE	196	,01	,40	,1402	,07310
LnSIZE	196	25,31	33,13	28,2721	1,72422
PER	196	3,08	37,18	14,3079	7,03274
TOBINSQ	196	,29	4,25	1,5935	,88812
Valid N (listwise)	196				

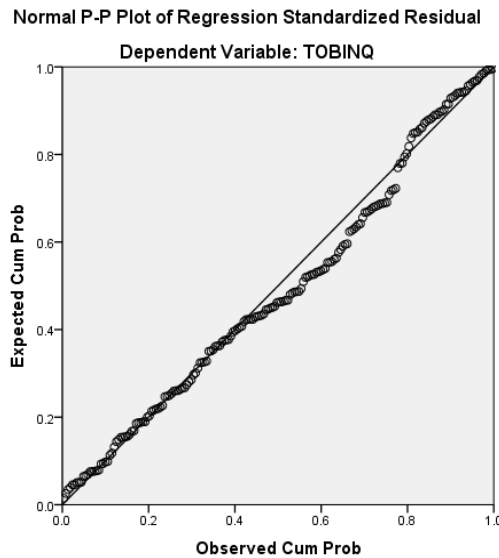
Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 1 diatas memperlihatkan angka deskriptif dari masing-masing variabel. Diketahui bahwa jumlah sampel adalah sebanyak 196 perusahaan. Interpretasi dari analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

1. Dari variabel *leverage* yang dihitung menggunakan rasio DER dapat diketahui nilai terendah sebesar 0,11 terdapat pada PT. Madom Indonesia Tbk dan nilai tertinggi sebesar 7,40 terdapat pada PT. Jembo Cable Company Tbk. Secara keseluruhan rata-rata variabel *leverage* sebesar 0,9788 dengan standart deviasi sebesar 0,99126.
2. Dari variabel profitabilitas yang dihitung menggunakan rasio ROE dapat diketahui nilai terendah sebesar 0,01 terdapat pada PT Prima Alloy Steel Universal Tbk, PT Ricky Putra Globalindo Tbk, dan PT Nusantara Inti Corpora Tbk. Sedangkan nilai tertingginya sebesar 0,40 terdapat pada PT Akasa Wira Internasional Tbk. Secara keseluruhan diperoleh rata-rata variabel profitabilitas sebesar 0,1402 dengan standart deviasi sebesar 0,07310.
3. Dari variabel *Size* yang dihitung menggunakan logaritma natural diketahui nilai terendah sebesar 25,31 terdapat pada PT Lionmesh Prima Tbk dan nilai tertinggi sebesar 33,13 terdapat pada PT Astra Intrenasional Tbk. Secara keseluruhan rata-rata variabel *Size* sebesar 28,2721 dengan standart deviasi sebesar 1,72422.
4. Dari variabel *growth opportunity* yang dihitung menggunakan rasio PER diketahui nilai terendah sebesar 3,08 terdapat pada PT Indal Aluminium Industry Tbk dan nilai tertinggi sebesar 37,18 yang terdapat pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk. Secara keseluruhan rata-rata variabel *growth opportunity* sebesar 14,3079 dengan standart deviasi sebesar 7,03274.
5. Dari variabel nilai perusahaan yang dihitung menggunakan Tobin's Q diketahui nilai terendah sebesar 0,29 terdapat pada PT Nusantara Inti Corpora Tbk dan nilai tertinggi sebesar 4,25 terdapat PT Selamat Sempurna Tbk. Secara keseluruhan rata-rata variabel nilai perusahaan sebesar 1,5935 dengan standart deviasi sebesar 0,88812.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas



**Gambar 2**  
**Uji Normalitas**  
 Sumber : Output SPSS

Dari grafik P-Plot pada gambar 2 diatas dapat disimpulkan bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Artinya, data sampel penelitian ini berdistribusi normal.

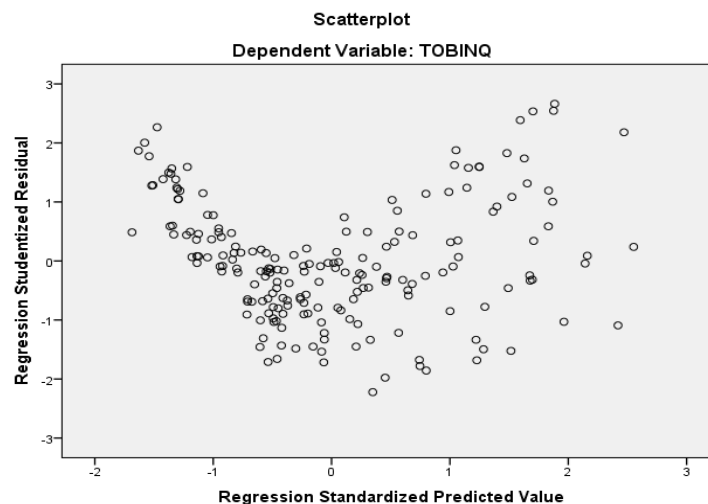
### 2. Uji Multikolinieritas

Hasil SPSS dari uji multikolinieritas menunjukkan bahwa keempat variabel bebas yang ada diketahui memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

### 3. Uji Autokorelasi

Hasil SPSS dari uji autokorelasi menunjukkan nilai DW sebesar 1,416. Artinya angka DW berada diantara -2 sampai +2 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorealsi dalam model regresi.

### 4. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 3**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
 Sumber : Output SPSS

Dari grafik *scatterplot* diatas diketahui bahwa titik-titik (data) telah menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, artinya model regresi yang terbentuk tidak mengandung heteroskedastisitas.

### Analisis regresi linier berganda

Model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh uji asumsi klasik, artinya model regresi dalam penelitian ini layak untuk di pakai. Metode regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui hubungan positif atau negatif antara variabel independen dengan dependen. Dikatakan regresi linier berganda karena variabel dependennya satu yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel independennya terdiri atas *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity*.

**Tabel 2**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-1.710	.324	
DER	-.096	.019	-.107
ROE	8.318	.267	.685
LnSIZE	.042	.012	.081
PER	.074	.003	.584

a. Dependent Variable: TOBINSQ

Sumber: Output SPSS

Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$\text{TOBINSQ} = -1,710 - 0,96\text{DER} + 8,318\text{ROE} + 0,042\text{LnSIZE} + 0,074\text{PER} + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- $\alpha$  : konstanta = -1,710  
nilai konstanta adalah sebesar -1,710. Artinya, apabila seluruh variabel independen bernilai 0, maka diprediksi untuk nilai perusahaan yang dihasilkan adalah sebesar 1,710.
- $\beta_1$  : koefisien regresi untuk variabel *leverage* sebesar -0,96.  
Artinya, apabila *leverage* naik sebesar satu satuan, dengan anggapan bahwa variabel lain tetap maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,96.
- $\beta_2$  : koefisien regresi untuk profitabilitas sebesar 8,318.  
Artinya, apabila profitabilitas naik sebesar satu satuan, dengan anggapan bahwa variabel lain tetap maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 8,318.
- $\beta_3$  : koefisien regresi untuk size adalah sebesar 0,042.  
Arinya, apabila size naik sebesar satu satuan, dengan anggapan bahwa variabel lain tetap maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,042.
- $\beta_4$  : koefisien regresi untuk *growth opportunity* adalah sebesar 0,074.  
Artinya, apabila *growth opportunity* naik sebesar satu satuan, dengan anggapan bahwa variabel lain tetap maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,074.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Hasil uji kesesuaian model (uji F) dengan menggunakan *software* SPSS 20 adalah sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Uji Kesesuaian Model (F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	140.374	4	35.094	498.965	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	13.434	191	.070		
Total	153.808	195			

a. Dependent Variable: TOBINSQ

b. Predictors: (Constant), PER, ROE, DER, LnSIZE

**Sumber: Output SPSS**

Dari tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa signifikansi uji F sebesar 0.000. Artinya, uji F lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel independennya yaitu variabel *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* berpengaruh terhadap variabel dependennya yaitu variabel nilai perusahaan.

### 2. Uji Parsial (Uji t)

Tabel dibawah ini merupakan hasil dari pengujian uji t yang di lakukan dengan menggunakan *software* SPSS.

**Tabel 4**  
**Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.710	.324		-5.285	.000
DER	-.096	.019	-.107	-4.992	.000
1 ROE	8.318	.267	.685	31.111	.000
LnSIZE	.042	.012	.081	3.460	.001
PER	.074	.003	.584	25.624	.000

a. Dependent Variable: TOBINS

**Sumber: Output SPSS**

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4 diatas dengan tingkat sinifikansi < 0,05 maka dapat disimpulkan secara parsial (satu per satu) variabel independen yaitu *leverage*, *profitabilitas*, *size* dan *growth opportunity* berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, variabel *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 5 dibawah ini.

**Tabel 5**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 <sup>a</sup>	.913	.911	.26520

a. Dependent Variable: TOBINSQ

b. Predictors: (Constant), PER, ROE, DER, LnSIZE

**Sumber: Output SPSS**

Dari tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji R<sup>2</sup> adalah sebesar 0,913. Artinya, variabel *leverage*, *profitabilitas*, *size*, dan *growth opportunity* secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel nilai perusahaan sebesar 91,3% sedangkan sisanya sebesar 8,7% nya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linier berganda untuk pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan sebesar -0,096, dengan hasil uji t sebesar -5,285 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, tinggi rendahnya *leverage* dalam perusahaan akan berpengaruh pada nilai suatu perusahaan. *Leverage* dalam penelitian ini bersifat negatif karena perusahaan yang memiliki hutang yang tinggi akan berdampak pada kepercayaan publik terhadap perusahaan. Penggunaan hutang yang tidak sesuai dengan porsi akan membawa dampak negatif terhadap perusahaan. Salah satu dampak negatif tersebut yaitu *financial distress*, dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan karena penggunaan hutang yang berlebihan. Apabila perusahaan mengalami *financial distress* hal itu akan berpengaruh terhadap pembagian dividen yang akan diterima investor. Penurunan dividen tersebut mengurangi kemakmuran para pemegang saham sehingga nilai perusahaan juga akan ikut menurun.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu "*leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan". Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013) yang menunjukkan bahwa struktur modal yang dihitung menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Sidiq (2013) dan Febrianti (2012) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linier berganda untuk pengaruh antara profitabilitasterhadap nilai perusahaan sebesar 8.318 dengan hasil uji t sebesar 31.111 dan signifikan sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu "profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan" diterima. Artinya, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka makin tinggi pula nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aktivitas yang telah dilakukan pada periode akuntansi. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki kinerja perusahaan yang baik dan dianggap mampu menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi para investor. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi memiliki prospek perusahaan kedepan yang baik sehingga banyak digemari oleh para investor. Banyaknya permintaan investor akan saham perusahaan memicu kenaikan pada harga saham perusahaan tersebut. Tinggi rendahnya harga saham yang terbentuk mempengaruhi nilai dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Sidiq (2013) yang menyatakan profitabilitas tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Pengaruh *Size* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linier berganda untuk pengaruh antara *size* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,042 dengan hasil uji t sebesar 3,460 dan signifikan sebesar 0.001. Hal ini menunjukkan *size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu "*size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan"

diterima. Artinya, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka akan semakin tinggi nilai perusahaan.

Investor menyukai perusahaan dengan ukuran yang besar karena perusahaan dengan ukuran yang besar kualitasnya lebih dikenal oleh masyarakat. Sehingga memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan modal lebih mudah melalui pasar modal. Adanya kecukupan modal yang tersedia menjadikan perusahaan mampu memaksimalkan kinerjanya. Perusahaan besar juga sering melakukan diversifikasi usaha. Diversifikasi adalah penganeekaragaman produk atau lokasi usaha untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Sehingga perusahaan menjadi lebih stabil dan akan terhindar dari resiko-resiko yang dapat membahayakan kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dengan ukuran yang lebih besar lebih di gemari oleh para investor karena dianggap mampu mensejahterahkan para pemegang sahamnya. Respon positif dari para investor tersebutlah yang menjadikan nilai perusahaan akan semakin baik. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Febriyanti (2012) yang menyatakan bahwa *size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Pantow et al. (2015) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu *size* berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

### **Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linier berganda untuk pengaruh antara *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,074 dengan hasil uji t sebesar 25,624 dan signifikan sebesar 0.000. Hasil uji menunjukkan adanya *pengaruh positif growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian maka hipotesis keempat dari penelitian ini yaitu "*growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan" diterima. Artinya, semakin tinggi kesempatan bertumbuh suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

Kesempatan bertumbuh atau *growth opportunity* dihitung menggunakan rasio PER. Nilai PER memberikan informasi kepada investor mengenai kondisi harga saham perusahaan apakah dalam keadaan murah atau mahal. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif karena investor mempunyai asumsi semakin tingginya PER maka akan semakin tinggi pula harga per lembar saham perusahaan dan mengindikasikan nilai perusahaan yang bagus. PER yang tinggi menunjukkan bahwa harga saham akan terus meningkat dan dari peningkatan tersebut berpotensi mendatangkan keuntungan dari selisih harga saham tersebut. Selain itu perusahaan dengan kesempatan pertumbuhan yang tinggi banyak melakukan investasi. Tingginya investasi yang dilakukan perusahaan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Dengan melakukan investasi maka perusahaan dimasa yang mendatang akan mendapatkan keuntungan dari investasi tersebut. Hal tersebut merupakan sinyal positif bagi para investor untuk menanamkan modalnya terhadap perusahaan sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrianti (2012), Sari (2013), dan Prasetyorini (2013) yang menyatakan PER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian antara lain : (1) *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan perusahaan yang memiliki hutang yang lebih tinggi memiliki nilai perusahaan yang rendah. (2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan atau profitabilitas yang tinggi memiliki nilai perusahaan yang

tinggi pula. (3) *Size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki nilai perusahaan yang tinggi. (4) *Growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan perusahaan dengan kesempatan pertumbuhan atau *growth opportunity* yang tinggi juga memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diambil maka saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut : (1) Bagi manajemen perusahaan diharapkan agar mampu mempertimbangkan dengan baik penggunaan hutang dalam perusahaan karena dapat berpengaruh buruk pada nilai perusahaan itu sendiri apabila penggunaannya berlebihan. (2) Bagi investor variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk menilai perusahaan. (3) Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang nilai perusahaan hendaknya menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan sebab masih banyak variabel lain yang belum termasuk dalam penelitian ini. Selain itu hendaknya peneliti selanjutnya menambahkan jumlah sampel dengan menambah jumlah rentang waktu dan tidak hanya meneliti pada perusahaan manufaktur saja namun pada semua jenis perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, L. S. dan I. Retrinasari. 2007. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*.
- Arifin, Z. 2005. *Teori Keuangan dan Pasar Modal*. Ekonisia. Yogyakarta
- Brigham, E. F. dan J. Houston. 2006. *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh. Salemba Empat. Jakarta.
- Christiawan, Y. J. Dan J. Tarigan. 2007. Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja, dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 9(1): 1-8.
- Dewi, A. S. M. dan A. Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4(2): 358-372.
- Fakhrudin, M. dan M. S. Hadianto. 2001. *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal*. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Febrianti, M. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Industri Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 14(2): 141-156.
- Hermuningsih, S. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis* 16(2): 232-242.
- \_\_\_\_\_. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*: 127-148.
- Martono dan A. Harjito. 2008. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Ekonesia. Yogyakarta.
- Pantow, M. S. R., S. Murni, dan I. Trang. 2015. Analisa Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Return on Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA (JE)* 3(1): 961-971.
- Poernamawati, F. 2008. Pengaruh Price Book Value (PVB) dan Price Earning Ratio (PER) Terhadap Return Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Gajayana* 5(2).
- Prasetyorini, B. F. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen* 1(1): 183-196.



- Sari, N. D. A. dan A. Sidiq. 2013. Analisis Financial Leverage, Profitabilitas, dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi* 4(7): 1-20.
- Sari, O. T. 2013. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Management Analysis Journal* 2(2): 1-7.
- Sulistiono. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008. *Skripsi*. Universitas Negri Semarang. Semarang
- Warsono. 2003. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Bayumedia. Jakarta.
- Wulandari, D. R. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Operating Laverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Intervening. *Accounting Analysis Journal* 2(4): 455-463.