

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Siti Sopiha
Ssopiha123@yahoo.com
Bambang Suryono

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out firm size, profitability, and liquidity and growth opportunity to the firm value. In this research, the sample collection technique is determined by the amount of samples i.e. 10 automotive companies. This research applies multiple linear regressions analysis and the application SPSS 20 version. The result of this research shows that: (1) simultaneously the variables of firm size, Growth Opportunity, Liquidity, Profitability have influence to the firm value. (2) Partially firm size variable does not have any influence to the firm value. And the sign of the coefficient is positive which is shown by the linear correlation between firm size and firm value. (3) Partially Growth Opportunity variable does not have any influence to the firm value. The positive sign is shown by the correlation between Growth Opportunity and firm value. (4) Partially the Liquidity does not have any influence to the firm value with the negative sign shows direction between liquidity and firm value. (5) Partially profitability has influence to the firm value with the positive direction shows the linear direction between profitability and firm value.

Keywords: Firm Size, Growth Opportunity, Liquidity, Profitability, Firm Value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, ditetapkan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka jumlah sampel sebanyak 10 sampel perusahaan otomotif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS *versi 20*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Ukuran perusahaan, *Growth Opportunity*, Likuiditas, Profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (2) Variabel Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan tanda koefisien positif menunjukkan hubungan searah antara Ukuran perusahaan dan Nilai perusahaan. (3) Variabel *Growth Opportunity* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan tanda positif menunjukkan hubungan searah antara *Growth Opportunity* dan Nilai Perusahaan. (4) Variabel Likuiditas secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan tanda negative menunjukkan hubungan tidak searah antara Likuiditas dan Nilai Perusahaan. (5) Variabel Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan arah positif menunjukkan hubungan searah antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Kata kunci :Ukuran Perusahaan, *Growth Opportunity*, Likuiditas, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya dunia usaha, semakin banyak pula perusahaan yang bermunculan sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Akibat persaingan yang ada membuat perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya. Mardiyanti dan Putri (2012) berpendapat bahwa nilai perusahaan yang go public di pasar modal tercermin dari harga saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum go public nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual, prospek perusahaan, resiko usaha, lingkungan usaha dan lain-lain. Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan (Kusumajaya, 2011). Sartono, (2005) menjelaskan bahwa didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya.

Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Nilai perusahaan adalah sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham dan Gapenski, 2006). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *growth opportunity*

TINJAUAN TEORETIS

Ukuran Perusahaan

Menurut Weston dan Copeland (1999), keputusan menyangkut besarnya perusahaan akan berakibat pada tingkat harga saham perusahaan. Secara umum, ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Sedangkan Menurut Soliha dan Taswan (2002) ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal sehingga memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana. Karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal cukup berarti fleksibilitas dan kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Dengan kemudahan tersebut ditangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga ukuran perusahaan bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Jika pengertian ini dihubungkan dengan perusahaan atau organisasi, maka ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Soebiantoro (2007) menemukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Temuan ini konsisten dengan temuan peneliti Mai (2006) bahwa variabel skala perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa investor mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam membeli saham. Ukuran perusahaan dijadikan patokan bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja bagus.

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan

Profitabilitas

Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit atau laba selama satu periode. Laba merupakan ukuran yang umumnya digunakan untuk menilai kinerja operasional suatu organisasi. Informasi tentang laba mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Baik investor maupun kreditor menggunakan informasi laba untuk mengukur keberhasilan kinerja manajemen dan mengukur prediksi laba di masa yang akan datang. Profitabilitas dapat memberi gambaran bagaimana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan.

Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar (Nofrita, 2009). Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Tandelilin (2001) menyatakan bahwa salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan adalah sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, investor dapat melihat prospek perusahaan yang semakin baik dengan adanya potensi peningkatan keuntungan perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Prospek perusahaan yang semakin baik merupakan sinyal positif bagi investor. Mereka akan memberikan kepercayaan lebih bagi perusahaan untuk mengelola dana yang mereka investasikan. Dengan demikian perusahaan juga akan semakin mudah untuk memperoleh modal.

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas

Semakin tinggi likuiditas perusahaan (yang salah satunya tercermin dalam rasio kas atas aktiva lancar semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat. Harga saham diduga akan meningkat pula dan PBV akan terpengaruh secara menguntungkan. Dalam kondisi berbeda, peningkatan likuiditas bisa juga dipersepsi buruk. Jika kenaikan likuiditas tidak menaikkan dividen melainkan menaikkan *free cash flow* dalam perusahaan, maka diduga biaya *agency* akan meningkat.

H3: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Growth Opportunity

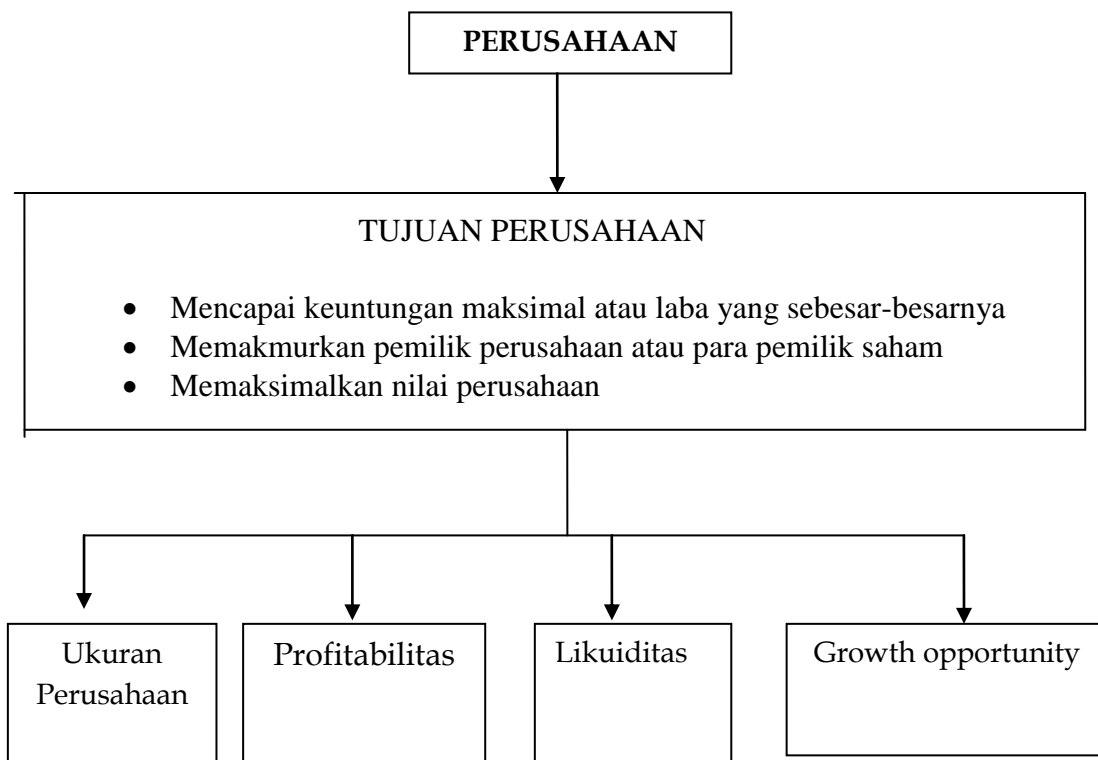
Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006). Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang datang (Taswan, 2003). *Growth* dapat berupa peningkatan maupun penurunan total aset yang dialami oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya (Saidi, 2004). Sriwardany (2006) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh langsung dan

positif terhadap perubahan harga saham. Artinya bahwa informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham. Harga saham ini nantinya akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Growth opportunity* yang tinggi akan memberikan peluang mendapatkan laba yang lebih tinggi pula di masa yang akan datang. Hal ini tentunya akan memberikan efek positif pula pada nilai perusahaan.

H4 : *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Rerangka Pemikiran

Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *growth opportunity*.



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Metoda Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena penelitian ini memiliki variabel-variabel untuk diuji, alat ukur, serta hipotesis penelitian. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purpose sampling* yaitu anggota sampling yang anggota sampelnya dipilih secara khusus berdasarkan kriteria tertentu dengan tujuan mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini yang berasal dari pusat referensi pasar modal yaitu Bursa Efek Indonesia, dengan Website *Indonesia Stock Exchange www.idx.co.id*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, yaitu salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap semua catatan dan dokumen maupun laporan keuangan yang dimiliki oleh perusahaan yang telah terpilih sebagai objek penelitian, atau data dari peneliti sebagai objek penelitian.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen:

Variabel Independen

- a. Ukuran perusahaan diukur dengan besarnya total aset yang dimiliki karena nilai total aset umumnya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya. Peneliti menghitung ukuran perusahaan yang mengacu pada penelitian yang dilakukan Asnawi dan Wijaya (2005:274) dengan nilai logaritma natural dari total aset (*natural logarithm of asset*).

$$\text{SIZE} = \text{Log}(\text{Total Asset})$$

- b. Profitabilitas diukur dengan *Return on Equity (ROE)*. *Return on Equity (ROE)* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income*) yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan dalam perusahaan.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}} \times 100\%$$

- c. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang telah jatuh tempo. Pengukuran likuiditas dengan menggunakan *Current Ratio* (CR), yaitu rasio yang menunjukkan hubungan antara aktiva lancar dengan kewajiban lancarnya

$$CR = \frac{\text{Asset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

- d. *Growth opportunity* dalam penelitian ini diukur dengan Laba Bersih

$$\text{Growth} = \frac{\text{Total Aset tahun } t - \text{Total Aset tahun } t-1}{\text{Total Aset tahun } t-1}$$

Variabel Dependen (Variabel Terikat)

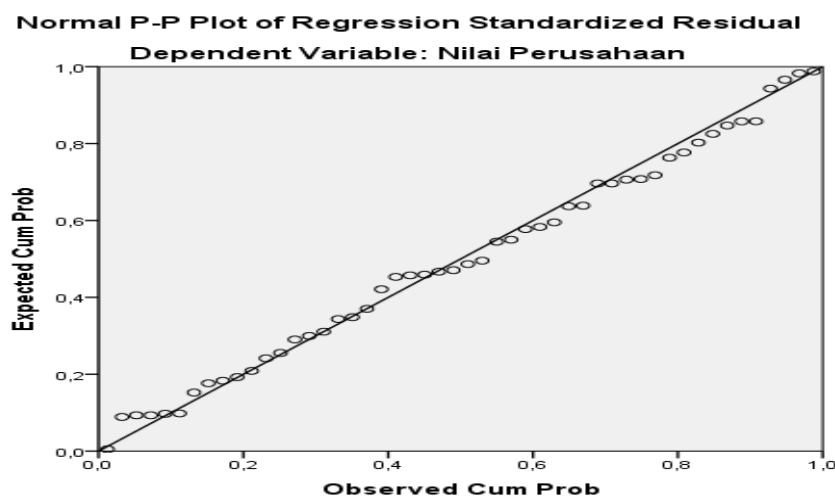
Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham.

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

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2
Grafik Normal P-Plot

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal meskipun beberapa penyebaran titik tidak menyatu, sehingga asumsi normalitas dianggap memenuhi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

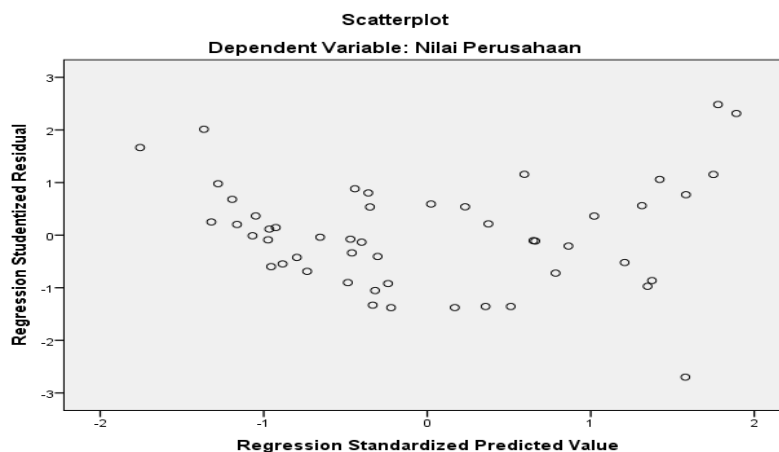
Tabel 1
Nilai Tolerance dan VIF

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Log_Uk	,880	1,136
Growth Opportunity	,934	1,071
Likuiditas	,942	1,061
Profitabilitas	,955	1,047

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan pengujian tolerance menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 atau 10% (Ukuran perusahaan 0,880, *Growth Opportunity* 0,934, Likuiditas 0,942, Profitabilitas 0,955) dari keempat variabel hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 (Ukuran perusahaan 1,136, *Growth Opportunity* 1,071, Likuiditas 1,061, Profitabilitas 1,047). Dengan demikian, hasil uji membuktikan bahwa pada model regresi ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedasitas



Gambar 3
Uji Heteroskedasitas
Sumber : Data sekunder diolah

Menunjukkan penyebaran titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka nol pada sumbu x, serta di sebelah kiri atau kanan angka nol pada sumbu y. Penyebaran titik-titik data juga tidak membentuk pola yang sistematis, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak mengandung heteroskedasitas, maka persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dapat dipergunakan untuk penelitian.

Uji Autokorelasi

Tabel 2
Uji Autokorelasi Durbin - Watson

Model	R	R Square	Adjusted R square	Std.Error of the Estimet	Durbin-Watson
I	,848 ^a	,719	,694	81,772	1,376

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1,376 terletak diantara -2 sampai +2. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya korelasi.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 3
Koefisien Regresi
Coefficients^a

	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	40,159	138,013		,291	,772
Log_Uk Growth	,532	11,201	,004	,048	,962
Opportunity	37,047	64,647	,047	,573	,569
Likuiditas	-22,313	16,520	-, 110	-1,351	,184
Profitabilitas	1154,715	111,783	,835	10,330	,000

Sumber: Data sekunder diolah

Tabel tersebut menunjukkan persamaan regresi yang dapat menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat serta dapat menginformasikan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari tabel diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Ni = 40,159 + 0,532Uk + 37,047Go - 22,313Lk + 1154,715Pr$$

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,848 ^a	,719	,694	81,772	1,376

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa koefisien determinasi R square adalah sebesar 0,719 . Dapat disimpulkan bahwa 71,9 variabel nilai perusahaan dijelaskan oleh variabel profitabilitas, *growth opportunity*, likuiditas dan ukuran perusahaan. Sedangkan 28,1% sisanya, dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Goodness of Fit / Uji Kelayakan Model

Tabel 5

Goodness of fit / Uji kelayakan model					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	771042,607	4	192760,652	28,827	,000 ^a
Residual	300901,313	45	6686,696		
Total	1071943,920	49			

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 28,827 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,000. Karena tingkat probabilitas lebih kecil dari batas nilai signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan adalah sudah tepat.

Hasil ini mengindikasi bahwa naik turunnya nilai perusahaan pada sektor perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tergantung oleh naik turunnya tingkat ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *growth opportunity* yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Pengujian Pengaruh Parsial Dengan Uji T

Tabel 6
Hasil Uji Parsial (Uji t)

	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	40,159	138,013		,291	,772
Log_Uk	,532	11,201	,004	,048	,962
Growth					
Opportunity	37,047	64,647	,047	,573	,569
Likuiditas	-22,313	16,520	-,110	-1,351	,184
Profitabilitas	1154,715	111,783	,835	10,330	,000

Sumber: Data sekunder diolah

Ukuran perusahaan diperoleh t hitung sebesar 0,291 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,962. Tingkat probabilitas signifikan lebih besar dari batas tingkat signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Variabel *growth opportunity* diperoleh t hitung sebesar 0,573 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,569. Tingkat probabilitas signifikan lebih besar dari batas tingkat signifikan, sehingga dapat disimpulkan variabel *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Variabel Likuiditas diperoleh t hitung sebesar -1,351 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,184. Tingkat probabilitas signifikan lebih besar dari batas tingkat signifikan, sehingga dapat disimpulkan variabel *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Variabel profitabilitas diperoleh t hitung sebesar 10,330 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,000. Tingkat probabilitas signifikan lebih kecil dari batas tingkat signifikan, sehingga dapat disimpulkan variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan yang tidak berpengaruh signifikan memiliki makna bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan pertimbangan bagi investor dalam berinvestasi. Nilai positif memberikan makna bahwa meningkatnya ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dinilai dari total aset yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan operasionalnya. Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasionalnya. Salah satu sumber dana perusahaan diperoleh dari hutang yang berasal dari piha eksternal. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan maka semakin besar pula hutang yang dimilikinya. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan yang dilihat dari tingkat signifikan 0,962 dan nilai koefisien 0,048 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan tidak sesuai dengan hasil penelitian bahwa hipotesis pertama ditolak. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Ananta (2014) yang menyatakan *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun sejalan dengan penelitian Amalia, (2015) yang menyatakan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki *growth opportunity* yang berbeda - beda hal ini menyebabkan perbedaan keputusan pembelanjaan yang diambil oleh manajer keuangan berbeda. *Growth Opportunity* didefinisikan sebagai peluang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Perusahaan-perusahaan yang memiliki *growth opportunity* tinggi mempunyai nilai investasi dalam umlah yang besar terutama dalam aset tetap yang umur ekonomisnya lebih dari satu tahun. Dampak adanya investasi yang besar maka perusahaan-perusahaan yang mempunyai *growth opportunity* akan mempunyai profitabilitas yang tinggi. Semakin tinggi tingkat *growth opportunity* maka profitabilitas perusahaan juga akan meningkat. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan yang dilihat dari tingkat signifikan 0,569 dan nilai koefisien 0,573 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan tidak sesuai dengan hasil penelitian bahwa hipotesis keempat ditolak. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013), yang menyatakan *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar atau melunasi kewajiban-kewajibannya dengan mempergunakan aktiva lancar. Investor juga mempercayai jika likuiditas perusahaan baik maka perusahaan tersebut dapat membayar atau melunasi kewajibannya secara lancar. Investor juga akan tertarik untuk berinvestasi jika likuiditas perusahaan tersebut baik. Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi 0,184 dan nilai koefisien sebesar -1,351, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan tidak sesuai dengan hasil penelitian bahwa hipotesis ketiga ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa jika kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya semakin tinggi mestinya nilai perusahaan akan meningkat, namun kenyataannya peningkatan kemampuan perusahaan tersebut tidak cukup meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Perusahaan dengan likuiditas yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi, misalnya pengelolaan likuiditas yang dilakukan pihak manajer kurang baik. Selain itu mungkin disebabkan pada penelitian ini beberapa perusahaan memiliki utang lancar yang lebih besar dibandingkan dengan aset lancarnya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra dan Alfredo (2012) yang menyatakan likuiditas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sejumlah kebijakan yang telah ditetapkan oleh manajemen perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan yang dilihat dari tingkat signifikansi 0,000 dengan nilai koefisien sebesar 10,330. Maka dapat disimpulkan hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian bahwa hipotesis kedua diterima. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki perusahaan dan perusahaan tersebut berhasil membukukan laba yang terus meningkat akan menunjukkan respon yang baik bagi para investor. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dikaitkan dengan kemampuan perusahaan tersebut dalam memanfaatkan sumber daya atau aset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba, yang nantinya mampu menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dan memaksimalkan kekayaan pemegang sahamnya dan akan mendapatkan respon positif dari pihak luar atau investor.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra dan Alfredo (2012), Hermuningsih (2013) yang menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan akhirnya didapat 10 perusahaan dengan periode penelitian sebanyak 5 (lima) tahun dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014, sehingga total observasi adalah 50 observasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diprosikan dengan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *growth opportunity*. Dari empat hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan ukuran perusahaan akan selalu diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan profitabilitas akan selalu diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas secara parsial tidak berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan likuiditas akan selalu diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *growth opportunity* secara parsial tidak berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan profitabilitas akan selalu diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya.

Saran

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian dan adanya keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut : Memperbesar jumlah sampel penelitian tidak terbatas pada sektor Otomotif saja, tetapi juga perusahaan-perusahaan pada sektor lainnya seperti keuangan, manufaktur, kosmetik, kimia dan industry jasa. Penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini didasarkan pada tingkat *R Square* 71,9% pada penelitian ini. Hal ini berarti masih terdapat 28,1% variabel informasi lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian selanjutnya disarankan menambahkan atau mengganti variabel independen selain profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan *growth opportunity* dengan variabel suku bunga, pajak atau reaksi pasar agar diperoleh pengaruh yang lebih kuat dari empat variabel terhadap variabel dependennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI . *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang
- Ang, Robert 1997. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Jakarta Mediasoft Indonesia.
- Asnawi dan C. Wijaya. 2005. *Riset Keuangan Pengujian Pengujian Empiris*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Brigham, E.F dan L.C. Gapenski. 2006. *Intermediate Financial Management*. 7thedition. Sea Harbor Drive. The Dryden Press. United States of America
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. 2001. *Fundamentals of Financial Management*. Ninth Edition. Horcourt College. United States of America
- Bringham, E. F. dan Houston, J. F. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* Buku satu. Edisi delapan. Salemba 4 Jakarta.
- Chen, C., K. 2004. *Research on impacts of team leadership on team effectiveness*. *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge, 266-278.
- Dewi dan Ananta 2014. Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas Terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ 45 di BEI Periode 2008-2012 *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 2.1:747-647

- Eka Lestari, Putu. 2010. Pengaruh Struktur Modal dan Kepemilikan Manajerial Serta Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. di Bursa Efek Indonesia *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Fakhrudin, M. dan M.S. Hadianto. 2001. *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Gusaptono, R. Hendri. 2010. Faktor-faktor yang Mendorong Penciptaan Nilai Perusahaan di BEI " Dalam *Jurnal Buletin Ekonomi*. 8(2):70-170. Yogyakarta.
- Hermuningsih, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan* 16(2):128-148.
- Kartini dan Tulus Arianto. 2008. Struktur Kepemilikan, Profitabilitas, Pertumbuhan Aktiva dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Keuangan dan Perbankann* .12(1) : 11-21.
- Kusuma dan Ginanjar Indra. 2013. Analisis Pengaruh Profitabilitas (Profitability) dan Tingkat Pertumbuhan (Growth) terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan. *Skripsi* .Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang.
- Kusumajaya, 2011. Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Tesis* . Universitas Indonesia. Jakarta.
- Mahendra dan Alfredo. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* 6(2).
- Mai, 2006. Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan-Perusahaan LQ- 45 di Bursa Efek Jakarta. *Ekonomika*. 2(2):228-245.
- Mardiyanti dan Putri. 2012. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010 *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 3 (1). Universitas Negeri Jakarta. Jakarta
- Mas'ud, Masdar. 2008. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal dan Hubungannya terhadap Nilai Perusahaan, Dalam *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 7 (1).
- Nofrita, 2009. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Padang.
- Petronila, Thio Anastasia dan Mukhlisin. 2003. "Pengaruh Profitabilitas perusahaan terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan dengan Opini Audit Sebagai Moderating Variabel". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Indonesia Atmajaya*. Jakarta.
- Riyanto, Bambang 1999. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi ke empat. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Saidi, 2004. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Go Public di BEJ 1997-2002, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 11(1).
- Sartono, Agus. 2001. *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Cetakan Pertama. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sartono, 2005. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi ke 4. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sekaran, Uma, 2006 . *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta
- Solihah dan Taswan 2002. Pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan serta beberapa faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.1.(3)
- Sriwardany. 2006. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Kebijakan Struktur Modal dan dampaknya Terhadap Perubahan Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur. *Thesis*. Universitas Diponegoro. Semarang

- Suad Husnan. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)* . BPFE.Yogyakarta.
- Sujoko dan Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 9(1): 41-48.
- Susanti, Rika. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universita Diponegoro. Semarang.
- Tandelilin, 2001. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Edisi Pertama. BPFE.Yogyakarta
- Taswan. 2003. Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang Dan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol.5. (4)
- Weston, F. J. dan T.E. Copeland. 2001. *Manajemen Keuangan*, terjemahkan A.Jakarta.Wasana dan Kibrandoko, Edisi Kesembilan, Cetakan Pertama, Binarupa Aksara. Jakarta
- Weston, E Copeland. 1999. *Manajemen Keuangan* Edisi Kedelapan. Jilid I. Erlangga. Jakarta.

