

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

Dyah Putri Pratiwi
dyahputripratiwi17@gmail.com
Lailatul Amanah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Firm value can be very important on a go public company. Firm value is the reflection of the rate of financial performance of the company. The fluctuation of firm value can give influence to the point of view of investors to the company. This research is meant to test growth opportunity, profitabilty and firm size to the firm value. The population is all manufacturing companies wich are listed in Indonesia Stock Exchange in 2012–2014 periods and it has been carried out by using audited financial statement whice has been obtained by using purposive sampling and predetermined criteria. Therefore 44 manufacturing companies whice have met the research criteria have been selected as samples. The analyse and SPSS (Statistical Product and Service Solution). It can be concluded from the result of the research that : 1) Growth Opportunity does not have any influence to the firm value; 2) profitability gives influence to the firm value; 3) firm size give influence to the firm value.

Keywords : *Growth opportunity, profitability, size, firm value*

ABSTRAK

Nilai perusahaan menjadi sangat penting pada perusahaan yang *go public*. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan merupakan cerminan dari tingkat kinerja keuangan perusahaan. Tinggi rendahnya nilai perusahaan akan mampu mempengaruhi cara pandang investor terhadap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun tahun 2012–2014 dengan menggunakan data laporan keuangan auditan yang diambil secara *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan, sehingga diperoleh 44 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product an Service Solution*). Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa : 1) *Growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3) Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Growth opportunity, profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan*

PENDAHULUAN

Perusahaan harus memiliki tujuan yang tepat dalam mendirikan perusahaan agar perusahaan mampu menghadapi persaingan yang kompetitif dan keberlangsungan hidup perusahaan dapat terjaga. Menurut Salvatore (2005) tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. perusahaan perlu mempertimbangkan kembali pentingnya nilai perusahaan untuk keberlangsungan hidup perusahaan. karna investor akan melakukan penilaian saham perusahaan terlebih dahulu sebelum investor memutuskan untuk membeli

saham tersebut. Harga saham perusahaan adalah harga yang terbentuk dari penawaran dan permintaan saham di pasar bursa efek. Maka dapat disimpulkan bahwa harga saham mampu menjadi indikator dari nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari tingkat kemakmuran yang diperoleh investor. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham erat kaitannya dengan *return* yang akan diperoleh oleh pemegang saham. Maka dari itu nilai perusahaan biasanya dilihat oleh investor dalam berinvestasi. Banyak faktor yang mampu menunjang *return* yang tinggi untuk pemegang saham. Antara lain adalah *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Ketiga faktor ini akan mampu menarik investor dan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi di perusahaan, sehingga akan mempengaruhi cara pandang investor terhadap nilai perusahaan.

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006). *Growth opportunity* merupakan peluang untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi atau peluang untuk mengembangkan perusahaannya (Arif, 2015). *Growth opportunity* merupakan faktor yang sangat penting karena untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, peluang pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai analisis tercapainya kemakmuran pemegang saham. Perusahaan dengan peluang yang bagus mudah untuk mencapai targetnya.

Untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, maka peluang dari pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai analisis tercapainya nilai perusahaan. Menurut Kartini dan Tulus (2008) peluang pertumbuhan adalah perubahan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan aset bagus bisa dikatakan sebagai perusahaan yang sedang berkembang. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi memerlukan dana yang besar untuk mendanai operasional yang besar. Ada 2 sumber pendanaan yang dapat digunakan sebagai pendanaan pertumbuhan perusahaan yaitu dengan pendanaan internal (laba ditahan dan depresiasi) serta pendanaan eksternal (Hutang atau mengeluarkan saham baru). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan memperoleh laba yang tinggi pula dalam operasionalnya.

Dengan *growth opportunity* yang tinggi diharapkan perusahaan mampu mencapainya dan menghasilkan keuntungan yang tinggi pula dimasa yang akan datang. Sehingga akan mampu meningkatkan harga saham perusahaan yang menjadi indikator nilai perusahaan. Namun hasil dari penelitian terdahulu berbeda-beda atau tidak konsisten. Hermuningsih (2013) menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Kurnia (2015) *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas menurut Husnan (2001) profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Kinerja manajemen dalam hal ini sangat dibutuhkan, karena semakin bagus kinerja manajemen semakin bagus pula kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba perusahaan. besarnya laba perusahaan akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. *Return on equity* (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas terhadap pemegang saham (Hargiansyah, 2015).

ROE (*Return on equity*) biasa digunakan investor untuk menghitung tingkat pengembalian keuntungan perusahaan dari ekuitas yang dimiliki. ROE dipilih sebagai proksi dari profitabilitas karena ROE digunakan untuk mengukur kinerja manajemen dalam pengelolaan modal untuk mendapatkan laba bersih setelah pajak. Kinerja keuangan yang baik akan menghasilkan laba yang besar. Maka artinya ROE yang semakin tinggi mampu menunjukkan semakin efisien kinerja keuangan perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba. besarnya hasil dari ROE akan mempengaruhi tingkat investasi yang ditanam investor pada perusahaan. Pada penelitian Pangulu (2014)

menghasilkan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Moniaga (2013) menyatakan profitabilitas secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Satu lagi yang merupakan faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan, dimana semakin besar perusahaan maka perusahaan akan mudah untuk memperoleh dananya. Perusahaan yang besar memiliki total kekayaan yang besar pula, total kekayaan inilah yang membuat pihak eksternal percaya saat akan memberikan dana kepada perusahaan. Sedangkan perusahaan yang kecil memiliki sedikit kepercayaan dari pihak eksternal maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Hergiansyah (2015) tidak sependapat dengan Prasetyorini (2013). Hergiansyah menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah : 1) Apakah *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014? (2) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014?(3) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014?. Penelitian ini bertujuan untuk menguji *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014. Perusahaan manufaktur digunakan karena perusahaan manufaktur lebih stabil dibandingkan perusahaan lainnya. Sehingga perusahaan manufaktur lebih sering menghadapi persaingan antar perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal merupakan teori yang mendorong diterbitkannya laporan keuangan kepada para pemegang saham. Menurut Brigham dan Houston (2001) isyarat atau signal adalah tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Teori ini mendorong manajemen untuk menerbitkan laporan keuangan sebagai informasi yang di berikan kepada pemegang saham. Teori ini juga mencegah terjadinya asimetri informasi yang terjadi di suatu perusahaan. Asimetri informasi adalah ketidaksejajaran informasi yang di peroleh oleh kedua pihak. Di dalam suatu perusahaan yang memiliki informasi lebih banyak adalah manajer karena manajer berguna sebagai agen yang menjalankan perusahaan. Sedangkan pemilik saham, hanya mengetahui informasi perusahaan dari luar perusahaan karena pemegang saham hanya bertugas sebagai penyedia modal perusahaan. Karena hal ini pemegang saham tidak bisa mengetahui bagaimana cara pandang manajemen terhadap perusahaan yang berguna untuk pengambilan keputusan investor dalam berinvestasi. Maka dari itu perlu di terbitkannya laporan keuangan yang berguna memberikan informasi atau sinyal tentang keadaan dan prospek perusahaan kepada pemegang saham.

Laporan keuangan yang digunakan sebagai sinyal oleh perusahaan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor dan kreditor untuk membuat keputusan. Integritas informasi laporan keuangan yang mencerminkan nilai perusahaan merupakan sinyal positif yang dapat mempengaruhi opini investor dan kreditor atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. *Signalling theory* menyatakan pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan (Hasnawati, 2005).

Opini investor dan kreditor terhadap laporan keuangan perusahaan akan mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Laporan keuangan juga menampilkan Peluang pertumbuhan, laba yang sehat dan aset yang dimiliki perusahaan. Peluang pertumbuhan positif yang dimiliki perusahaan memberikan sinyal positif bahwa perusahaan akan mampu memberikan return yang maksimal dalam hal investasi. Laba dan ukuran perusahaan yang tercermin dari total aset menggambarkan bahwa posisi keuangan perusahaan sehat dan jauh dari kata bangkrut. Poin-poin yang terdapat di laporan keuangan ini dapat mempengaruhi keputusan pihak eksternal agar memberikan konfirmasi yang positif terhadap perusahaan. Konfirmasi yang positif dari pihak eksternal akan mempengaruhi harga saham perusahaan yang merupakan indikator nilai Perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan faktor penting untuk menarik investor agar berinvestasi di perusahaan, maka dari itu menaikkan nilai perusahaan menjadi tujuan utama perusahaan yang telah *go public*. Nilai perusahaan merupakan persepsi terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai dari suatu perusahaan di mata pemegang saham. Meningkatkan nilai perusahaan menjadi tugas manajemen dalam mengembangkan perusahaan karena investor akan menyukai perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi dibandingkan perusahaan dengan nilai perusahaan yang rendah.

Cristiawan dan Tarigan (2015), terdapat beberapa 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 di tulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai Pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa di tentukan jika saham perusahaan di jual di pasar saham.
3. Nilai intrinsik 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 di hitung dengan dasar konsep akuntansi.
5. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah di kurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa di hitung berdasarkan neraca performa yang di siapkan ketika perusahaan akan likuidasi.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar yang mencerminkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang berinvestasi pada perusahaan. Karena tingkat keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kuatnya transaksi jual beli saham di pasar saham.

Menurut Gitosudarmo (2002), aspek-aspek sebagai pedoman perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Menghindari risiko yang tinggi

Bila perusahaan sedang melaksanakan operasi yang berjangka panjang, maka harus dihindari tingkat risiko yang tinggi. Proyek-proyek yang memiliki kemungkinan laba yang tinggi tetapi mengandung risiko yang tinggi perlu dihindarkan. Menerima proyek-proyek tersebut dalam jangka panjang berarti suatu kegagalan yang dapat mematahkan kelangsungan hidup perusahaan.

b. Membayarkan dividen

Dividen adalah pembagian laba kepada para pemegang saham oleh perusahaan. Dividen harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan maupun kebutuhan para pemegang saham. Pada saat perusahaan sedang mengalami pertumbuhan dividen kemungkinan kecil, agar perusahaan dapat memupuk dana yang diperlukan pada saat pertumbuhan itu. Akan tetapi jika keadaan perusahaan sudah mapan dimana pada saat itu penerimaan yang diperoleh sudah cukup besar, sedangkan kebutuhan pemupukan dana tidak begitu besar maka dividen yang dibayarkan dapat diperbesar. Dengan membayarkan dividen secara wajar, maka perusahaan dapat membantu menarik para investor untuk mencari dividen dan hal ini dapat membantu memelihara nilai perusahaan.

c. Mengusahakan pertumbuhan

Apabila perusahaan dapat mengembangkan penjualan, hal ini dapat berakibat terjadinya keselamatan usaha di dalam persaingan di pasar, maka perusahaan yang akan berusaha memaksimalkan nilai perusahaan harus secara terus-menerus mengusahakan pertumbuhan dari penjualan dan penghasilannya.

d. Mempertahankan tingginya harga pasar saham

Harga saham di pasar adalah merupakan perhatian utama dari perhatian manajer keuangan untuk memberikan kemakmuran kepada para pemegang saham atau pemilik perusahaan. Manajer harus selalu berusaha untuk mendorong masyarakat agar bersedia menanamkan uangnya ke dalam perusahaan itu. Dengan pemilihan investasi yang tepat maka perusahaan akan mencerminkan petunjuk sebagai tempat penanaman modal yang bijaksana bagi masyarakat. Hal ini akan membantu mempertinggi nilai dari perusahaan.

Growth Opportunity

Peluang pertumbuhan perusahaan yang positif menandakan bahwa kondisi keuangan perusahaan memiliki perputaran yang bagus. Perusahaan yang berpotensi mencapai pertumbuhan yang tinggi kemungkinan akan mendorong perusahaan untuk melakukan perluasan usaha. Perluasan yang dilakukan oleh perusahaan akan menunjang laba yang akan di peroleh perusahaan di masa yang akan datang. Shabrina (2015) Menurut pandangan investor, perusahaan dengan potensi pertumbuhan perusahaan yang pesat atau tinggi diharapkan mampu memberikan keuntungan atau return yang maksimal dalam hal investasi dimasa yang akan datang. Peluang pertumbuhan yang dimiliki perusahaan akan memberikan sinyal yang baik kepada investor. sehingga akan mempengaruhi investor dalam berinvestasi.

Perusahaan memiliki aset yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan merupakan bentuk investasi tetap perusahaan. Pertumbuhan aset yang terjadi dalam perusahaan memungkinkan terjadinya peluang pertumbuhan perusahaan. Karena semakin besar aset yang dimiliki maka operasi yang dilakukan perusahaan juga akan ikut meningkat. Menurut Kartini dan Tulus (2008) peluang pertumbuhan adalah perubahan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan aset bagus bisa dikatakan sebagai perusahaan yang sedang berkembang.

Profitabilitas

Profitabilitas menurut Kusumawati dan Sudento (2005) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada masa mendatang dan merupakan indikator dari keberhasilan operasi perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu indikator penting yang selalu menjadi pertimbangan investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Maka dari itu penting bagi perusahaan untuk selalu menganalisis profitabilitasnya guna mengetahui kondisi perusahaan secara dini dan berguna untuk mengukur kinerja manajemen dari tahun ke tahun.

Return on equity (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas terhadap pemegang saham (Hargiansyah, 2015). ROE biasa digunakan investor untuk menghitung tingkat pengembalian keuntungan perusahaan dari ekuitas yang dimiliki. ROE dipilih sebagai proksi dari profitabilitas karena ROE digunakan untuk mengukur kinerja manajemen dalam pengelolaan modal untuk mendapatkan laba bersih setelah pajak. Kinerja keuangan yang baik akan menghasilkan laba yang besar. Maka artinya ROE yang semakin tinggi mampu menunjukkan semakin efisien kinerja keuangan perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba.

Ukuran Perusahaan

Sujoko (2007) mengatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan berskala besar akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil. perusahaan kecil hanya memiliki faktor pendukung yang kecil dan terbatas, sebaliknya perusahaan besar mempunyai faktor pendukung yang luas, Saham perusahaan dengan ukuran besar tersebar sangat luas. Hal ini mempermudah untuk mendapatkan pinjaman dari pihak eksternal dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil.

Logaritma Natural (Ln) digunakan karena untuk meminimalkan jumlah dari aktiva, penjualan dan kapitalisasi perusahaan yang nominalnya sangat besar. Secara ekonometrika jika jumlahnya sangat besar akan sangat mengganggu hasil perhitungan. Nilai total aset digunakan sebagai indikator untuk mengukur ukuran perusahaan karena nilainya relatif stabil di bandingkan dengan nilai total penjualan dan kapitalisasi pasar. Nilai kapitalisasi pasar cenderung lebih fluktuatif karena dalam perhitungannya terdapat komponen harga saham yang beredar. Besar (Ukuran) Perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut, semakin besar aktiva semakin banyak modal yang di tanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal oleh masyarakat (Sudarmadji dan Lana, 2007)

Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Pangulu (2014) yang menganalisis tentang pengaruh profitabilitas, *growth opportunity*, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Populasi dari penelitian ini yaitu perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2013. Clementin (2016) penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2012-2014. Hergiansyah (2015) penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Growth Opportunity* Terhadap nilai perusahaan

Harga saham merupakan indikator untuk menentukan nilai perusahaan. semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi naiknya harga saham adalah *growth opportunity* (peluang pertumbuhan). Tingginya *growth opportunity* menunjukkan bahwa perusahaan akan semakin berkembang dimasa yang akan datang dengan investasi-investasi yang dilakukan. Perusahaan yang setiap tahunnya memiliki perkembangan yang baik menandakan kualitas kinerja keuangan

perusahaan dalam kondisi yang sehat. Hal ini akan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi.

Hal ini di perkuat oleh penelitian Arif (2015) yang menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: *Growth Opportunity* berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki keterkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin tinggi laba perusahaan akan memberikan sinyal terhadap investor bahwa perusahaan berada pada kondisi dengan prospek yang baik. Hal ini akan menarik banyak investor untuk berinvestasi pada perusahaan karena kemakmuran yang di janjikan perusahaan dari laba perusahaan. perilaku investor ini akan menaikkan harga saham perusahaan secara otomatis. Semakin tinggi harga saham maka akan berpengaruh pada naiknya nilai perusahaan.

Hal ini di perkuat dengan hasil penelitian dari Clementin (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan.

H2 :Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan besar memiliki keuntungan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil. Perusahaan kecil hanya memiliki faktor pendukung yang terbatas, sebaliknya perusahaan besar mempunyai faktor pendukung yang luas. Perusahaan dengan ukuran yang besar akan mudah mendapatkan pinjaman dari pihak eksternal dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil.

Dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan maka tingkat kepercayaan yang dimunculkan juga besar terhadap pihak eksternal. Kepercayaan dari pihak eksternal ini akan mampu mempengaruhi keputusan pihak eksternal. Respon yang positif dari pasar mampu menaikkan harga saham perusahaan. jika harga saham perusahaan naik maka secara otomatis akan mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Analisa (2011) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap ukuran perusahaan.

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan

METODA PENELITIAN

Jenis Penelitian dan gambaran dari populasi (objek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang menguji antar variabel dengan tujuan untuk membuat perkiraan tentang korelasi antar variabel dari data-data yang bersifat sekunder. Metode untuk kuantitatif menggunakan hipotesis yaitu dugaan sementara yang diuji kebenarannya. Penelitian ini menguji variabel *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Populasi adalah obyek penelitian yang akan diteliti dalam jumlah atau skala besar. Karena objek dari penelitian ini nilai perusahaan maka diperlukan data sekunder dari laporan keuangan yang diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam penelitian ini populasi yang akan dipilih adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai tahun 2012-2014 (www.idx.co.id)

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) selama periode 2012-2014, yang kemudian diambil sampel sebagai sampel penelitian. Pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel dengan tujuan

(*purposive sampling*) yaitu sampel yang diambil harus memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan agar sampel yang digunakan sesuai tujuan dan hasil yang diperoleh lebih akurat. Dengan beberapa kriteria sebagai berikut : (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012–2014. (2) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah pada periode 2012–2014. (3) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan secara berturut-turut selama tahun 2012–2014. (4) Perusahaan manufaktur yang mengalami kenaikan laba selama tahun 2012–2014 secara berturut-turut. (5) Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap selama tahun 2012–2014. (6) Perusahaan manufaktur yang mengalami kenaikan aset selama pada periode 2012–2014. Dari 6 kriteria yang telah ditentukan terdapat 44 perusahaan yang sesuai dengan kriteria peneliti.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data dokumenter yaitu data yang telah diolah dan disajikan dalam bentuk angka-angka atau kalimat yang bersifat informasi dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data dari penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data primer yang diolah kembali, data tersebut didapatkan dari laporan keuangan perusahaan manufaktur Periode 2012–2014 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (*www.idx.co.id*), jurnal, buku dan artikel yang terkait dengan penelitian ini.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel merupakan indikator dari penelitian ini. Yaitu terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Sedangkan variabel dependennya adalah variabel nilai perusahaan.

Growth Opportunity

Menurut Mai (2006) *Growth Opportunity* adalah peluang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Hal ini juga didukung oleh penelitian Hermuningsih(2013) yang menyatakan bahwa *growth Opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka rumus yang digunakan untuk menghitung *growth opportunity* (Putri, 2016) adalah sebagai berikut :

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

Profitabilitas

Profitabilitas menurut Kusumawati dan Sudento (2005) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada masa mendatang dan merupakan indikator dari keberhasilan operasi perusahaan. ROE (Return On Equity) adalah Rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri digunakan untuk mengukur hasil pengembalian dari investasi para pemegang saham. Semakin tinggi rasio ROE menandakan bahwa kinerja perusahaan untuk menghasilkan laba semakin bagus. Copeland dan Weston (1992) *Return On Equity* diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan (Prasetyorini,2013). Dalam ini ukuran perusahaan dinilai dengan

Log Of Total Assets. *Log Of Total Assets* ini digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka nilai total asset dibentuk menjadi logaritma natural, konversi dalam bentuk logaritma natural ini bertujuan untuk membuat data total asset terdistribusi normal Analisa (2011). Ernawati (2015) Ukuran perusahaan di hitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma Natural (Total Aset)}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah tujuan dari mendirikan sebuah perusahaan. Nilai perusahaan yang terbentuk menandakan kemakmuran pemegang saham Weston dan Bringham (2001) Nilai perusahaan diukur menggunakan PBV (*Price book value*). *Price book value* digunakan untuk mengetahui seberapa jauh perusahaan menciptakan nilai perusahaan melalui kinerja saham di pasar saham dengan nilai bukunya. Semakin tinggi rasio ini maka semakin memberikan kepercayaan kepada investor di masa datang.

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga saham per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Uji yang digunakan untuk mengukur seberapa mampu variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Analisis ini mendeskripsikan atau menggambarkan tentang data dari variabel-variabel penelitian. Dalam analisis statistik deskriptif terdapat hasil yang dapat dilihat yaitu nilai maximum, minimum, mean dan standart deviasi. Yang mana nilai mean harus lebih besar dari standart deviasi. Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa data dari variabel independen telah tersebar dengan baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak dalam penelitian. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, maka dapat dilakukan analisis grafik atau dengan melihat *normal probability plot*. Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika penyebaran data pada uji *Normal Probabilitas Plot* dari variabel independen menyebar diatas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas jika yang terjadi sebaliknya yaitu data menyebar jauh dari diagonal.

Pengujian yang lain dapat dilakukan dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov*. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan dari uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil kurang dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. Jika hasil dari *Kolmogorov-smirnov* lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan model regresi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *ortogonal* adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mengetahui sebuah model regresi tidak terjadi multikolinieritas yaitu dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflation factor (VIF)*. Suatu regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas jika *tolerance value* diatas 0,10 dan *variance inflation factor (VIF)* dibawah 10.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Berdasarkan Santoso (2002) cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin Watson (DW)*. Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi sebagai berikut : (a) Angka DW < -2 maka terjadi autokorelasi positif. (b) Angka DW diantara -2 sampai 2 artinya tidak ada autokorelasi. (c) Angka DW > 2 artinya autokorelasi negatif. Nilai *Durbin Watson (DW)* pada penelitian ini adalah 1,085 di atas -2 dan di bawah 2 (-2<1,085<2) yang berarti model regresi yang telah di bentuk terbebas dari penyakit autokorelasi atau terbebas dari korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian yang baik adalah bersifat homoskedastisitas atau memiliki hasil yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar *scatterplots* yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Selain itu, untuk menguji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan uji Glesjer.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji seluruh hipotesis digunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis seberapa signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan. Atas dasar hasil perhitungan hasil analisis berganda yang menggunakan spss maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$PBV = \alpha + \beta_1 TAG + \beta_2 ROE + \beta_3 LN + e$$

Dimana:

- PBV = Nilai Perusahaan
- TAG = *Growth Opportunity*
- ROE = Return On Equity
- LN = Ukuran Perusahaan
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi
- α = konstanta
- e = standar error

Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah permodelan yang dibangun memenuhi kriteria atau tidak. semua variabel independen secara bersama-sama

mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai F-hitung lebih kecil dari F-tabel maka menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau permodelan yang di bangun sesuai kriteria, jika nilai F-hitung lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0,05 maka permodelan yang dibentuk tidak layak digunakan atau tidak sesuai dengan kriteria.

Tabel 1
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221,044	3	73,681	33,369	,000 ^b
	Residual	258,346	117	2,208		
	Total	479,390	120			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), LN, TAG, ROE

Sumber : Hasil Output SPSS 20

Dari tabel diatas didapat nilai signifikansi uji *goodness of fit* = 0,000 < 0,05 (*level of signifikan*), yang mengindikasikan bahwa variabel bebas terdiri dari growth opportunity, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang di proksi dengan *price book value* pada perusahaan manufaktur. Hasil ini mengindikasikan model penelitian layak dilanjutkan pada analisa selanjutnya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi pada intinya adalah mengukur seberapa mampu variabel independen dalam penelitian mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah dari angka nol sampai satu. Nilai *R square* yang kecil menandakan bahwa variabel independen dalam penelitian hanya mampu menjelaskan variabel dependen secara terbatas. Dan jika nilai *R square* besar maka variabel dalam penelitian mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik.

Hasil dari *R square* (R^2) yang dapat dilihat melalui *Adjusted R square* yaitu sebesar 0,447 yang menunjukkan bahwa kontribusi dari model yang digunakan dalam penelitian *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia sebesar 44,7 %. Sedangkan sisanya 55,3% dijelaskan oleh faktor lain.

Uji Hipotesis

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian koefisien regresi parsial ini adalah hipotesis diterima apabila t- hitung < t-tabel. Ini menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Sebaiknya, Hipotesis ditolak apabila t-hitung (nilai mutlak) lebih besar dari t-tabel (t-hitung > t- tabel) maka menunjukkan bahwa variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau dengan melihat tingkat signifikansi pada hasil regresi. Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%.

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-11,871	2,422		-4,901	,000
1	TAG	,137	1,043	,009	,131	,896
	ROE	11,016	1,395	,540	7,898	,000
	LN	,447	,086	,356	5,213	,000

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Output SPSS 20

Dari table diatas akan diuraikan masing-masing pengaruh dari model yang digunakan dalam penelitian terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia sebagai berikut : (1) variabel *growth opportunity* (TAG) sebesar $0,896 > 0,05$ (*level of signifikansi*), maka *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (2) Variabel profitabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ (*level of signifikansi*), maka variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia adalah signifikan. (3) variabel ukuran perusahaan sebesar $0,000 < 0,05$ (*level of signifikansi*), maka variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia adalah signifikan.

Pembahasan

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan

Shabrina (2015) Menurut pandangan investor, perusahaan dengan potensi pertumbuhan perusahaan yang pesat atau tinggi diharapkan mampu memberikan keuntungan atau return yang maksimal dalam hal investasi dimasa yang akan datang. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *growth opportunity* yang diproksi dengan pertumbuhan asset atau *total asset growth* (TAG) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *growth opportunity* atau kesempatan pertumbuhan perusahaan tidak akan mempengaruhi investor dalam berinvestasi. Karena tinggi rendahnya *growth opportunity* tidak dapat menjamin tingkat return yang diinginkan investor. Hal ini dikarenakan tingginya *growth opportunity* ada hubungannya dengan pembiayaan perusahaan. Perusahaan yang memiliki kesempatan pertumbuhan tinggi membutuhkan dana yang tinggi juga untuk mengembangkan operasional perusahaan dengan investasi-investasi aset tetap. Peluang pertumbuhan ini akan menjadi pusat pemikiran manajemen, karena dengan peluang pertumbuhan yang tinggi akan mempermudah manajemen mencapai targetnya. Manajemen akan lebih memfokuskan pada pertumbuhan perusahaan dibandingkan kesejahteraan pemegang saham. Karena laba yang di peroleh perusahaan akan digunakan untuk pembiayaan pertumbuhan perusahaan dari pada untuk dibagikan ke pemegang saham. Namun investor dalam berinvestasi tidak hanya melihat pada satu variabel tapi dari banyak variabel yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Perusahaan dengan *growth opportunity* tinggi cenderung membelanjai pengeluaran investasi dengan modal sendiri untuk menghindari masalah *underinvestment* yaitu tidak dilaksanakannya semua proyek investasi yang bernilai positif oleh pihak manajer perusahaan (Chen, 2004). Anggapan manajer ini akan membuat manajer untuk memutuskan lebih memilih menahan laba yang dapat digunakan untuk pembiayaan *growth opportunity*

dari pada menyejahterahkan pemegang saham dengan membagikan *return kepada pemegang saham*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurnia (2015) bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan penelitian Hermuningsih (2013).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan suatu indikator penting yang selalu menjadi pertimbangan investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Dari hasil analisis pengujian yang telah dilakukan diatas menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksi dengan *return on equity* menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih setelah dikurangi pajak dan utang bunga. Profitabilitas memiliki keterkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin tinggi laba perusahaan akan memberikan sinyal terhadap investor bahwa perusahaan berada pada kondisi dengan prospek yang baik. Kondisi ini akan menarik banyak investor untuk berinvestasi pada perusahaan karena kemakmuran yang dijanjikan perusahaan dari laba perusahaan. Keputusan investasi (membeli) yang dilakukan investor akan menaikkan harga saham perusahaan secara otomatis. Semakin tinggi harga saham maka akan berpengaruh pada naiknya nilai perusahaan.

Husnan (2001) yang menyatakan bahwa semakin baik pertumbuhan kinerja keuangan perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor .apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat , maka harga saham juga akan meningkat. Dengan demikian semakin tinggi rasio ini maka semakin baik posisi perusahaan yang berarti semakin besar kemampuan perusahaan untuk menutupi investasi yang digunakan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pangulu (2014) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Moniaga (2013).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Sujoko (2007) mengatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) yang diukur dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menandakan bahwa besar kecilnya perusahaan menjadi pertimbangan investor saat berinvestasi. Aset adalah aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Jika total aset yang dimiliki perusahaan besar maka tingkat operasional perusahaan juga besar. Ini dianggap sebagai prospek yang baik di masa depan. Kepercayaan dari pihak eksternal ini akan mampu mempengaruhi keputusan pihak eksternal. Respon yang positif dari pasar dan pihak eksternal mampu menaikkan harga saham perusahaan. Jika harga saham perusahaan naik maka secara otomatis akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Sembiring (2008) menyatakan bahwa faktor ukuran perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan merupakan faktor penting dalam pembentukan laba. Perusahaan besar dianggap telah mencapai tahap kedewasaan merupakan satu gambaran bahwa perusahaan tersebut relative lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar juga sering dikaitkan dengan dengan jumlah kekayaan yang besar. Investor akan melihat hal ini sebagai prospek yang baik di masa depan. Cara pandang investor ini akan memberikan respon positif yang mana respon positif ini akan mempengaruhi harga saham perusahaan. dan secara otomatis mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung

penelitian yang telah dilakukan oleh Prasetyorini (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan tidak sejalan dengan penelitian Hergiansyah (2015).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada empat puluh empat perusahaan manufaktur selama periode tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Dapat disimpulkan sebagai berikut : (1) Hasil uji *goodness of fit* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (Lebih kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa permodelan yang dibangun memenuhi kriteria fit. (2) Nilai *Adjusted R Square* sebesar 44,7 % yang berarti bahwa kontribusi dari variabel independen yang terdiri dari *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan dapat menjelaskan variabel dependen yaitu nilai perusahaan, sedangkan sisanya yaitu 55,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada model regresi dalam penelitian. (3) Pengujian hipotesis 1 (H_1) : Pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil bahwa *growth opportunity* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya *growth opportunity* tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini telah menolak H_a dan mendukung H_0 . (4) Pengujian hipotesis 2 (H_2) : Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil bahwa profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas mampu menaikkan nilai perusahaan. Hasil ini telah mendukung H_a dan menolak H_0 . (5) Pengujian hipotesis 3 (H_3) : Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan mampu menaikkan nilai perusahaan. Hasil ini telah mendukung H_a dan menolak H_0 .

Saran

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut : (1) Pada penelitian selanjutnya disarankan menambahkan atau mengganti variabel independen selain *growth opportunity*, profitabilitas dan ukuran perusahaan dengan variabel suku bunga, pajak dan likuiditas agar di peroleh pengaruh yang lebih kuat dari tiga variabel terhadap variabel independennya. (2) Pada penelitian selanjutnya disarankan menggunakan periode tahun pengamatan yang lebih lama dan terbaru sehingga akan memperoleh kemungkinan untuk memperoleh hasil yang mendekati kondisi yang sebenarnya. (3) Pada penelitian selanjutnya disarankan menggunakan populasi yang berbeda dan lebih luas cakupannya, agar hasil yang didapatkan lebih baik dan lebih beragam dari penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisa, Y. 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Arif. 2015. Pengaruh Struktur Modal, *Return On Equity*, Likuiditas, Dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Brigham, E.F. dan J.F. Houston. 2001. *Fundamental of financial management*. Eight Edition. Cengage Learning. USA. Terjemahan D. Suharto. 2001 *Manajemen Keuangan*. Edisi Bahasa kedelapan. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

- Chen, C. K. 2004. Research on impacts of team leadership on team effectiveness. *The journal of American Academy of Business*. Cambridge. 266-278.
- Clementin, F. S. 2016. Pengaruh Keputusan Investasi, Pendanaan, Kebijakan Dividen Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Copeland, T. E. dan J. F. Weston, (1992), *Financial Theory And Corporate Policy*, 5thEd, Addison-Wesley Publishing Company, Inc, USA.
- Cristiawan, Y. J. dan J. Tarigan. 2007. Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja, Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 9 (1): 1-8.
- Ernawati, D. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Gitosudarmo. I. 2002. *Manajemen Keuangan*. edisi ke 4. BPFE : Yogyakarta.
- Hargiansyah, R. F. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*. Universitas Jember. Jember.
- Hasnawati, S. 2005. Implikasi Keputusan Investasi, Pendanaan, Dan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Publik Di Bursa Efek Jakarta. *Usahawan*: No.09/Th XXXIX
- Hermuningsih, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Universitas Taman Siswa Sarjanawiyata. Yogyakarta.
- Husnan, S. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Pendek)*. Buku 2 Edisi 4 Cetakan Pertama. BPFE: Yogyakarta.
- Kartini dan Tulus, A. 2008. Struktur Kepemilikan, Profitabilitas, Pertumbuhan Aktiva dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 12 (1) : 11-21.
- Kurnia, E. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Utang Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Kusumawati, R dan A. Sudento. 2005. Analisis pengaruh profitabilitas (ROE), Ukuran Perusahaan (Size) dan leverage keuangan (Solvabilitas) terhadap Tingkat Underpricing pada penawaran perdana (initial public Offering/IPO) di Bursa Efek Jakarta. *Utilitas*, Vol.13 (1).
- Mai, M.U. 2006. Analisis Variabel - Variabel Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan LQ-45 Di Bursa Efek Jakarta, *Ekonometrika* : Politeknik Negeri. Bandung.
- Moniaga, F. 2013. Struktur Modal, Profitabilitas Dan Struktur Biaya Terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik, Procelen Dan Kaca Periode 2007 - 2011. *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174. Universitas Sam Ratulangi. Manado.
- Pangulu, A. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Prasetyorini, B.F. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi*. Universitas Negeri. Surabaya
- Putri, F. Q. 2016. Pengaruh Growth Opportunity, Kebijakan Hutang, dan Struktur Kepemilikan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Salvatore, D. 2005. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Selemba Empat. Jakarta.
- Shabrina, A. 2015. Kebijakan Dividen Memoderasi Hubungan Struktur Modal dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Santoso, S. 2002. *Buku Latihan Spss Statistik Parametrik*. Cetakan Kedua. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.

- Sembiring, S. 2008. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Pendanaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Bisnis Properti di Bursa Efek Indonesia. *Thesis*. Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Sudarmadji, A. M. dan Lana, S. 2007. Pengaruh ukuran perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Auditorium*. Universitas Gunadarma. ISSN:1858-2559.
- Sujoko. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. Vol.9 (1) 41-48.
- Sujoko dan Soebiantoro, U. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* Vol 9 (1).
- Weston J. F. dan E. F. Brigham. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Erlangga. Jakarta.