



THE EFFECT OF PROFITABILITY AND GROWTH OPPORTUNITY ON COMPANY VALUE IN MANUFACTURING COMPANIES IN THE CONSUMPTION INDUSTRY SECTOR REGISTERED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE (BEI) FOR THE PERIOD 2015 – 2019

PENGARUH PROFITABILITAS DAN GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2015-2019

Rina Asmeri¹, Sri Yuli Ayu Putri², Muhammad Hasan Hasbi³

Fakultas Ekonomi Universitas Ekasakti Padang¹²³

E-mail: mhasanhasbi43@gmail.com

Diterima tanggal 29 Mei 2022, disetujui tanggal 10 Juni 2022

ARTICLE INFO

Correspondent

Rina Asmeri
mhasanhasbi43@gmail.com

Key words

Profitability, Growth Opportunity, and Company Value

Website:

<http://idm.or.id/JSER>

page: 28 – 43

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of profitability and growth opportunity on firm value in manufacturing companies in the consumer goods industry listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2015-2019 period. This research uses a sample of the consumer goods industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2015-2019 period, namely 21 companies with observational data for 5 years. The sampling technique used was purposive sampling technique. The total sample in this study were 105 financial reports. This research is a type of quantitative research, namely the data studied in the form of numbers. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis. The data source of this study is secondary data, namely data obtained from existing data and has a relevant relationship with the problem under study, data obtained from www.idx.co.id. Hypothesis testing in this study was processed through SPSS 24. The results of this study are partially the profitability and growth opportunity have a significant and significant effect on firm value. Simultaneously, profitability and growth opportunity have a significant and significant effect on firm value..

Copyright © 2022 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Koresponden</p> <p>Rina Asmeri <i>mhasanhasbi43@gmail.com</i></p> <p>Kata kunci Profitabilitas, Peluang Pertumbuhan, dan Nilai Perusahaan</p> <p>Website: <i>http://idm.or.id/JSER</i></p> <p>hal: 28 - 43</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh financial stability, leverage, dan profitabilitas terhadap kemungkinan terjadinya fraudulent financial reporting. pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di bej tahun 2017-2019. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan. Sumber data dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 sampai 2019 sebanyak 47 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling sesuai kriteria yang sudah ditentukan Berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan diperoleh sampel sebanyak 26 perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji analisis regresi logistik Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial financial stability berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kemungkinan terjadinya fraudulent financial reporting, leverage berpengaruh signifikan terhadap kemungkinan terjadinya fraudulent financial reporting, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap kemungkinan terjadinya fraudulent financial reporting, secara simultan financial stability, leverage, dan profitabilitas berpengaruh terhadap kemungkinan terjadinya fraudulent financial reporting.</p> <p style="text-align: right;"><i>Copyright © 2022 JSER. All rights reserved.</i></p>

PENDAHULUAN

Pada saat ini banyak perusahaan manufaktur bermunculan yang mengakibatkan semakin besarnya persaingan usaha di bidang manufaktur. Oleh sebab itu perusahaan manufaktur harus mampu meningkatkan kinerjanya supaya perusahaan tetap bisa bersaing dengan perusahaan manufaktur lain dan tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Perusahaan yang sudah go-public pada dasarnya berusaha untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham mereka dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Bagi pemegang saham ataupun investor nilai perusahaan merupakan hal terpenting yang mereka lihat sebelum melakukan investasi ke perusahaan tersebut. Nilai perusahaan adalah gambaran kinerja perusahaan yang mampu merubah persepsi para investor. Nilai perusahaan dalam suatu perusahaan dapat digambarkan melalui harga saham, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan.

Penilaian saham adalah informasi terpenting yang harus dilakukan Investor sebelum melakukan investasi di pasar modal. Dalam penilaian saham terdapat tiga jenis penilaian diantaranya, nilai buku (book value), nilai pasar (market value) dan nilai intrinsik (intrinsic value). Nilai buku merupakan nilai saham menurut pembukuan

emiten. Nilai pasar merupakan pembukuan nilai saham di pasar saham dan nilai intrinsik merupakan nilai sebenarnya dari saham. Salah satu pendekatan untuk menentukan nilai intrinsik saham adalah Price Book Value (PBV). PBV atau rasio harga per nilai buku adalah hubungan antara harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham.

Nilai Perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja keuangan (Harmono, 2016:233). Nilai perusahaan menunjukkan seberapa tinggi tingkat keberhasilan suatu perusahaan, sehingga dapat menjadi gambaran investor untuk melakukan investasi. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar ataupun investor percaya terhadap kinerja perusahaan pada saat ini dan masa yang akan datang. Tingginya nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.

Kenyataannya harga saham tidak selalu mengalami kenaikan. Beberapa perusahaan mengalami penurunan harga saham bahkan secara signifikan seperti beberapa perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sebagai berikut.

Tabel 1.1
Penurunan Harga Saham

Kode	Tahun	Harga Saham (Rp)	Penurunan (%)
GOOD	2018	1.875	-24,17
	2019	1.510	
MYOR	2018	2.620	-27,80
	2019	2.050	
PANI	2018	177	-56,64
	2019	113	
GGRM	2018	83.625	-57,78
	2019	53.000	
KAEF	2018	2.600	-108,00
	2019	1.250	
MERK	2018	4.300	-50,88
	2019	2.850	
MBTO	2018	126	-34,04
	2019	94	
TCID	2018	17.250	-56,82
	2019	11.000	
UNVR	2018	45.400	-8,10
	2019	42.000	
KICI	2018	284	-40,59
	2019	202	
LMPI	2018	144	-61,80
	2019	89	
HRTA	2018	306	-53,00
	2019	200	

Sumber : Laporan Keuangan Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa beberapa perusahaan sektor industri barang konsumsi dalam periode 2019 mengalami penurunan dari periode sebelumnya. Penurunan harga saham ini membuat investor mempersepsikan nilai perusahaan yang menurun seiring menurunnya tingkat kepercayaan investor dalam berinvestasi. Penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor jika dilihat dari kinerja dari rasio keuangan perusahaan. Hartono et al. 2013: 9-18) mengatakan bahwa beberapa variabel yang mampu memengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas dan growth opportunity.

Menurut penelitian Yuanita et al. 2016: 80-101), nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Hasil penelitian tersebut mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin tinggi nilai perusahaan karena semakin besar kemakmuran yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga tingkat profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (Kasmir, 2017:196). Profitabilitas penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa 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 (Husnan, 2001:317). Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya (Kasmir, 2012:107). Growth opportunity merupakan peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006: 228-243). Menurut Sartono (2008:120) semakin cepat pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi. Semakin besar kebutuhan untuk pembiayaan mendatang, maka semakin besar keinginan perusahaan untuk menahan laba. Jadi perusahaan yang sedang tumbuh sebaiknya tidak membagikan laba sebagai dividen tetapi lebih baik digunakan untuk pembiayaan investasi

Prasetya & Asandimitra 2014) menjelaskan growth opportunity sebagai suatu kesempatan yang di miliki oleh perusahaan dalam mengembangkan dirinya dalam pasar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa depan. Suatu perusahaan yang sedang berada dalam tahap pertumbuhan akan membutuhkan dana yang besar karena kebutuhan dana makin besar, maka perusahaan akan lebih

cenderung menahan sebagian besar pendapatannya. Tingkat pertumbuhan yang cepat mengidentifikasi bahwa perusahaan sedang mengadakan ekspansi dengan cara menggunakan dana eksternal berupa hutang.

Growth opportunity berkaitan dengan peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan dan merupakan kesempatan perusahaan untuk melakukan investasi pada hal-hal yang menguntungkan perusahaan (Setyawan et al., 2016: 108-117). Adanya peluang investasi dalam memberikan sinyal positif kepada investor tentang growth opportunity di masa yang akan datang. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin baik pula perusahaan tersebut. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pemantapan posisi di dunia persaingan usaha, menikmati penjualan yang meningkat dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan permintaan saham yang akan berdampak pada naiknya harga saham dan nilai perusahaan.

Keputusan investasi merupakan faktor penting dalam fungsi keuangan perusahaan, karena untuk mencapai tujuan perusahaan dapat dicapai melalui kegiatan investasi perusahaan. Investasi modal merupakan salah satu aspek utama dalam keputusan investasi selain penentuan komposisi aktiva (Nuryani et al., 2018).

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan. Menurut (2016:291) "studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah dokumentasi. Penulis mengumpulkan data yang didapat yaitu dengan cara mengambil laporan keuangan perusahaan sampel yang diterbitkan oleh perusahaan dari tahun 2015 sampai dengan 2019. Penulis mengambil data melalui situs resmi BEI yaitu (www.idx.co.id), serta buku dan jurnal sebagai referensi

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, dimana data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka. Data kuantitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah dari data sekunder. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari data yang sudah ada dan mempunyai hubungan yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada penelitian ini data didapat dari laporan keuangan perusahaan yang diakses melalui www.idx.co.id situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 sampai dengan 2019 yaitu terdapat 53 perusahaan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:80) sampel adalah bagian dari jumlah dan Karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85) Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Kriteria penentuan sampel antara lain:

- a) Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.
- b) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang melaporkan keuangan secara lengkap dalam periode 2015-2019
- c) Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak mengalami kerugian dari tahun 2015-2019

Sampel penelitian ini terdiri dari 21 perusahaan Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2015-2019

Metode Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Pada analisis yang menggunakan regresi linier berganda, pengujian asumsi klasik perlu dilakukan agar diperoleh parameter yang valid dan handal. Asumsi-asumsi klasik yang dilakukan antara lain uji normalitas, multikolinearitas dan uji heterokedastisitas dalam (Ghozali, 2011:47).

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016:147). Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji

statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. P-P Plot (*Probability Plot*) dan uji K-S (*Kolmogorov-smimov*) adalah uji normalitas yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah pengujian dari asumsi untuk membuktikan bahwa variabel-variabel bebas dalam suatu model apakah saling berkorelasi satu dengan lainnya. Adanya multikolinieritas dalam model persamaan regresi yang digunakan akan mengakibatkan ketidakpastian estimasi, sehingga mengarahkan kesimpulan yang menerima hipotesis nol. Tujuan dari Uji multikolinieritas adalah menguji apakah model regresi didapat adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016:103).

3. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016:134). Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan cara pengujian glejser. Cara menguji ada atau tidak adanya heteroskedastisitas adalah Apabila variabel independen signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila variabel independen tidak signifikan secara statistik dalam mempengaruhi variabel dependen maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas

4. Uji Autokorelasi

Uji Auto Korelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem autokorelasi. Pada prosedur pendeteksian masalah autokorelasi dapat digunakan uji Durbin-Watsonstest (DW Test) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$)
- b) Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$.
- c) Terjadi autokorelasi negative jika DW diatas +2 atau $DW > +2$

Regresi Linear Berganda

Model dalam penelitian ini dapat dilihat pada persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan

a = Konstanta

β_1 = Profitabilitas

β_2 = Growth opportunity

e = standar

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai Adjusted R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95).

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistik t ini berguna untuk melihat sejauh aman pengaruh satu variabel independen secara individual untuk menerangkan variasi dependen (Ghozali, 2016:97). Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau: $H_0 : b_i = 0$. Artinya adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_A) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau: $H_A : b_i \neq 0$. Artinya adalah variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan menurut Ghozali (Ghozali, 2016:96) adalah dengan cara melihat angka probabilitasnya :

- a) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima yang menyatakan variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variable dependen.
- b) Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak yang menyatakan variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji statistik F pada dapat menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variable dependen. Kriteria pengambilan keputusan menurut Ghozali (Ghozali, 2016:96) adalah dengan melihat angka probabilitasnya :

- a) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima yang menyatakan semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variable dependen.
- b) Sebaliknya, Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak yang menyatakan semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Normalitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91818239
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.128
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,200. Terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 yang artinya data telah berdistribusi normal sehingga analisis sudah dapat dilanjutkan.

2. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
ROE	.631	1.584	Tidak terjadi multikolinieritas
PER	.807	1.239	Tidak terjadi multikolinieritas
a. Dependent Variable: PBV			

Data pada Tabel 4.2 menunjukkan nilai *tolerance* dan VIF masing-masing variabel bebas. Terlihat bahwa nilai *tolerance* yaitu 0,759 dan VIF-nya 1,318. Dengan demikian diketahui bahwa nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10, yang artinya tidak terjadi multikolinieritas. Untuk itu, analisis data dapat dilanjutkan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Alpha	Sig.	Keterangan
(Constant)	.714	.477	Tidak terjadi heteroskedastisitas
ROE	.429	.060	Tidak terjadi heteroskedastisitas
a. Dependent Variable: Abs_Res			

Berdasarkan data pada tabel glejser di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pada Profitabilitas (X1) adalah 0,60 dan nilai signifikan pada *growth opportunity* (X2) adalah 0,419. dengan demikian diketahui bahwa nilai signifikansi > 0,05, yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dan analisis data dapat dilanjutkan.

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	0.956 ^a	0.915	0.913	412.909	.837

a. Predictors: (Constant), PER, ROE

b. Dependent Variable: PBV

Data pada tabel 4.4 memperlihatkan nilai Durbin Watson sebesar 0,837. Terlihat bahwa nilai Durbin Watson yang dihasilkan masih diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi, sehingga analisis data dapat dilanjutkan

5. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	797.959	84.511		9.442	.000	
ROE	36.094	1.462	.819	24.689	.000	
PER	.284	.040	.235	7.074	.000	

a. Dependent Variable: PBV

Tabel 4.5 menunjukkan hasil regresi linear berganda, yang mana dalam tabel tersebut disajikan nilai konstanta dan koefisien jalur seperti yang dapat disubstitusikan dalam persamaan berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 PER + e$$

$$Y = 797,959 + 36,094 ROA + 0,284 PER + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta pada angka 797,959 menunjukkan bahwa jika variabel profitabilitas dan *growth opportunity* tidak mengalami perubahan, maka nilai perusahaan memiliki nilai 797,959.
2. Variabel profitabilitas mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar +36,094. Jika diasumsikan *growth opportunity* konstan, hal ini berarti bahwa kenaikan profitabilitas sebesar 1 satuan maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar +36,094 satuan dan sebaliknya.
6. Variabel *growth opportunity* mempunyai koefisien regresi dengan arah positif sebesar +0,284. Jika diasumsikan profitabilitas konstan, hal ini berarti bahwa kenaikan *growth opportunity* sebesar 1 satuan maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar +0,284 satuan dan sebaliknya

6. Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 ^a	.915	.913	412.909

Data pada tabel memperlihatkan nilai *Adjusted r square* (R²) sebesar 0,913 yang mana nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan *growth opportunity* memiliki kontribusi sebesar 91,3% dalam menjelaskan variabel nilai perusahaan, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yaitu sebesar $e = 1 - R^2 = 1 - 0,913 = 0,087$ (8,7%).

7. Uji t

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	797.959	84.511		9.442	.000
	ROE	36.094	1.462	.819	24.689	.000
	PER	.284	.040	.235	7.074	.000

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan hasil pengujian Profitabilitas diperoleh nilai t hitung sebesar 24,689 dan nilai signifikan 0,000. Nilai t tabel dihitung dengan $df = 105 - 2 - 1 = 102$ dengan $\alpha = 0,05$ maka nilai t tabel adalah 1,98350. Oleh karena itu dapat dilihat bahwa t hitung > t tabel yaitu $24,689 > 1,98350$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti secara parsial variabel Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan Tabel 4.14 nilai t_{hitung} Berdasarkan hasil pengujian *Growth Opportunity* diperoleh nilai t hitung sebesar 7,074 dan nilai signifikan 0,000. Nilai t tabel dihitung dengan $df = 105 - 2 - 1 = 102$ dengan $\alpha = 0,05$ maka nilai t tabel adalah 1,98350. Oleh karena itu dapat dilihat bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu $7,074 > 1,98350$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti secara parsial variabel *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

8. Uji F

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186836015.600	2	93418007.820	547.927	.000 ^b
	Residual	17390337.560	102	170493.506		
	Total	204226353.200	104			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), PER, ROE						

Hasil uji F diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar 547,927 dengan probabilitas signifikansi (Sig) = 0,000. Nilai f tabel dihitung dengan $df_1 = 3-1$ dan $df_2 = 105-3$, maka diperoleh t tabel sebesar 3,09. Oleh karena ini dapat dilihat bahwa nilai f hitung > f tabel yaitu $547,927 > 3,09$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang artinya secara simultan variabel profitabilitas dan *growth opportunity* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

2. Hasil dan Pembahasan

Bedasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, maka data hasil penelitian disajikan dan dianalisa sesuai dengan tujuan penelitian yang diajukan sebagai berikut:

1) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh nilai t hitung = 24,689 dengan signifikansi yaitu 0,000. Nilai t tabel dihitung dengan $df = 105-2-1 = 102$ dengan $\alpha = 0,05$ maka nilai t tabel adalah 1,98350. terlihat bahwa t hitung > t tabel yaitu $24,689 > 1,98350$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 dinyatakan diterima, artinya secara parsial profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Arah dari pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu positif (searah), hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien yang dihasilkan yaitu 36,094. Jadi ketika terjadi peningkatan profitabilitas sebesar satu poin akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 36,094 poin. Peningkatan margin laba akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan dana internal dan dengan demikian meningkatkan pertumbuhan berkelanjutan. Pertumbuhan yang berkelanjutan akan menarik perhatian investor karena perusahaan tersebut dipastikan dapat beroperasi minimal satu tahun ke depan. Hal tersebut tentunya akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Selain semakin banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, harga saham perusahaan tersebut juga akan meningkat, sehingga jika harga saham mengalami peningkatan, nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Jika perusahaan mampu mempertahankan tingkat risiko bisnisnya atau bahkan mampu menurunkan tingkat risiko bisnisnya, semakin tinggi

tingkat profitabilitas yang didapat dengan demikian, semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Husnan (2001:317) bahwa Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa 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. Selain itu, menurut Kasmir (2010:196) profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu seperti pada penelitian Santoso (2018), secara parsial profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sutama & Lisa (2018) juga memberikan bukti bahwa Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2) Pengaruh *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh nilai t hitung = 7,074 dengan signifikansi yaitu 0,000. Nilai t tabel dihitung dengan $df = 105 - 2 - 1 = 102$ dengan $\alpha = 0,05$ maka nilai t tabel adalah 1,98350. Terlihat bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $7,074 > 1,98350$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_2 dinyatakan diterima, artinya secara parsial *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Arah dari pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan yaitu positif (searah), hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien yang dihasilkan yaitu 0,284. Jadi ketika terjadi peningkatan *growth opportunity* sebesar satu poin akan meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan sebesar 0,284 poin. *Growth opportunity* dapat menjadi indikator dari nilai perusahaan. Dari sudut pandang investor, *growth opportunity* menunjukkan sinyal positif dan perkembangan yang baik dimana pertumbuhan suatu perusahaan tersebut memiliki dampak menguntungkan dan perusahaan juga mengharapkan *rate of return* dari investasi yang dilakukan. *Growth opportunity* merupakan harapan dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. dengan perusahaan yang memiliki pertumbuhan positif akan memiliki penilaian positif bagi investor, hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan teori signaling yang menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas baik dengan sengaja akan memberikan sinyal pada pasar, dengan demikian pasar diharapkan dapat membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Hartono, 2005). Jika sinyal perusahaan menginformasikan kabar baik pada pasar, maka dapat meningkatkan harga saham, sebaliknya jika sinyal

perusahaan menginformasikan kabar buruk maka dapat menurunkan harga saham. Jika harga saham mengalami kenaikan merupakan tanda dari naiknya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu seperti pada penelitian Gustian (2017) menunjukkan hasil *growth opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut hasilnya sama dengan yang dilakukan oleh Rofila (2018).

3) Pengaruh Profitabilitas dan *Growth Opportunity* Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis pengujian hipotesis dengan uji f diperoleh nilai f hitung = 547,927 dengan signifikansi yaitu 0,000. Nilai f tabel dihitung dengan $df_1 = 3-1$ dan $df_2 = 105-3$, maka diperoleh f tabel sebesar 3,09. Taraf signifikansi yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu 5 %. Terlihat bahwa f hitung > f tabel yaitu $547,927 > 3,09$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_3 dinyatakan diterima, artinya profitabilitas dan *growth opportunity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu seperti pada penelitian Ramdhonah et al. (2019), Profitabilitas dan *growth opportunity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sari & Priyadi (2016) juga menyebutkan bahwa profitabilitas dan *growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan di atas diketahui bahwa secara persial profitabilitas dan *growth opportunity* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian profitabilitas dan *growth opportunity* secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan

SIMPULAN DAN SARAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan dengan subjek perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas secara persial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Artinya jika semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan dan sebaliknya jika nilai perusahaan semakin rendah maka nilai perusahaan juga semakin rendah
2. *Growth Opportunity* secara persial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Artinya jika

growth opportunity semakin tinggi maka nilai perusahaan juga semakin tinggi dan begitu juga sebaliknya semakin rendah growth opportunity maka nilai perusahaan juga semakin rendah

3. Profitabilitas dan growth opportunity secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Jika profitabilitas dan growth opportunity secara bersama-sama semakin naik maka nilai perusahaan juga akan naik dan begitu juga sebaliknya apabila profitabilitas dan growth opportunity secara bersama-sama semakin rendah maka nilai perusahaan juga semakin rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. (2012). Analisis Kinerja Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, I. (2015). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmono. (2016). Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis. Jakarta.
- Hartono, U., Subroto, B., Djumahir, & Irianto, G. (2013). No Title. Firm Characteristics, Corporate Governance and Firm Value. *International Journal of Business and Behavioral Sciences*, 3.
- Husnan, S. (2001). Manajemen Keuangan: Teori dan penerapan (Keputusan Jangka Pendek). Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Kasmir. (2017). Analisa Laporan Keuangan. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mai, M. U. (2006). Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan-perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Jakarta. *Tirtayasa Ekonomika*, 2.
- Nuryani, N. N. J., Satrawan, D. P. R., Gorda, A. A. N. O. S., & Martini, L. K. B. (2018). Influence of human capital, social capital, economic capital towards financial performance & corporate social responsibility. *International Journal of Social Sciences and Humanities (IJSSH)*, 2.
- Prasetya, B. T., & Asandimitra, N. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Growth opportunity, Likuiditas, Struktur Aset, Resiko Bisnis Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sub-Sektor Barang Konsumsi. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2.
- Prasetyorini, B. F. (2013). Bhekti Fitri Prasetyorini; Pengaruh Ukuran Perusahaan ..., 1.

- Sartono. (2008). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (4 ed.). Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Sartono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. (4, Ed.). Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Setyawan, A., Topowijono, T., & Nuzula, N. (2016). Pengaruh Firm Size, Growth Opportunity, Profitability, Business Risk, Effective Tax Rate, Asset Tangibility, Firm Age Dan Liquidity Terhadap Struktur Modal Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Tahun 200. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 31.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yuanita, Missy, Budiyanto, & Riyadi, S. (2016). Influence of Capital Structure, Size and Growth on Profitability and Corporate Value. *International Journal of Business and Finance Management Research*, 4.