

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PROFITABILITAS,
UKURAN PERUSAHAAN, DAN *GROWTH OPPORTUNITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN *PROPERTY* DAN
REAL ESTATE YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh :

ALISLAMIAH FERA IRWANSAH
NIM : 2015210669

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PROFITABILITAS,
UKURAN PERUSAHAAN, DAN *GROWTH OPPORTUNITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN *PROPERTY* DAN
REAL ESTATE YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh :

ALISLAMIYAH FERA IRWANSAH
NIM : 2015210669

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

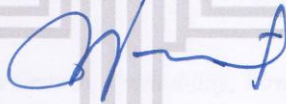
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Alislamiyah Fera Irwansah
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 24 Februari 1997
N.I.M : 2015210669
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul : Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan *Property* dan *Real Estate* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal 12 Maret 2019



(Dr. Dra.Ec. Wiwik Lestari, M.Si)

Ketua Pogram Sarjana Manajemen

Tanggal 12 Maret 2019



(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D)

**PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PROFITABILITAS,
UKURAN PERUSAHAAN, DAN *GROWTH OPPORTUNITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN *PROPERTY* DAN
REAL ESTATE YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA**

Alislamiyah Fera Irwansah
STIE PERBANAS SURABAYA
Email : alislamiyahferairwansah@gmail.com

ABSTRACT

The company was builded to maximixing the wealth of their owner or their stokeholders. The company goal can be achieved by maximizing the firm value. Maximizing the firm value reflected of holdings rate on market capital. The firm value is the most important because it will be participate by the fortune of shareholders. The purpose of this research is to find out the impact of some variables such as Sales Growth, Profitability, Firm Size, and Growth Opportunity effect to Firm Value at property and real estate companies. Purposive sampling method was used in sampling. This research was using 2013-2017 as the period of the observation and multiple analysis regression as the analysis technique and 35 companies were used as sample. The result of this research the sales growth have no significant effect on firm value, profitability, firm size, and growth opportunity have significant positive effect on firm value.

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

PENDAHULUAN

Industri *property real estate* merupakan penggerak perekonomian Indonesia, dimana industri ini bergerak dalam bidang pembangunan gedung, apartemen, perkantoran, dan sebagainya. Bisnis *property* dan *real estate* adalah bisnis yang hampir dapat dipastikan tidak pernah mati karena kebutuhan akan papan merupakan kebutuhan pokok manusia, dan setiap manusia berusaha untuk dapat memenuhinya. Kebutuhan properti akan terus meningkat khususnya di daerah perkotaan, hal ini disebabkan melonjaknya urbanisasi sebagai

konsekuensi pesatnya pertumbuhan kota sebagai pusat perekonomian. Indonesia memiliki kondisi demografi penduduk yang besar, hal inilah yang menyebabkan permintaan akan perumahan terus meningkat. Adanya kenaikan permintaan akan perumahan, menyebabkan harga tanah cenderung naik, hal ini disebabkan *supply* tanah bersifat tetap sedangkan permintaan akan selalu bertambah seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk serta bertambahnya kebutuhan manusia akan tempat tinggal, taman hiburan perkantoran, dan lain-lain.

Perusahaan sektor *property* dan *real estate* merupakan salah satu pilihan investasi yang menguntungkan bagi para investor. Hal ini dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang terus bertambah sehingga membutuhkan tempat tinggal. Harga tanah, gedung, apartemen, dan lain-lain akan terus bertambah sehingga membuat perusahaan *property* dan *real estate* akan terus berkembang. Hal ini menjadi penilaian dari para investor yang akan menanamkan investasinya di industry *property* dan *real estate*. *Property* dan *real estate* merupakan salah satu alternatif investasi yang diminati investor dimana investasi di sektor ini merupakan investasi jangka panjang dan *property* merupakan aktiva multiguna yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai jaminan.

Semakin berkembangnya industri *property* dan *real estate* maka akan menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan *property* dan *real estate*. Hal ini akan mendorong perusahaan untuk melakukan berbagai inovasi dan strategi bisnis agar tetap bertahan dan menjadi yang terbaik. Selain itu, perusahaan juga akan terus berusaha untuk meningkatkan kinerja perusahaan masing-masing. Jika kinerja suatu perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*maximizing shareholders wealth*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of the firm*) (Sudana, 2015:8).

Tujuan utama perusahaan yang sudah *go public* yaitu memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan tercermin pada harga pasar saham yang bersangkutan di pasar modal. Memaksimalkan nilai

perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena: (1) memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang, (2) mempertimbangkan faktor risiko, (3) memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi, dan (4) memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial (Sudana, 2015: 9).

Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, salah satunya adalah pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dimana pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar, yang merupakan harapan dari pemilik perusahaan. Para investor menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk melihat prospek dari perusahaan tempat mereka akan berinvestasi nantinya.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011: 134). Profitabilitas perusahaan yang

meningkat, akan meningkatkan pula nilai perusahaan, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Manajemen harus mampu mengelola sumber dana yang dimiliki perusahaan secara efektif agar dapat meningkatkan laba bersih. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *Return On Equity* (ROE).

Return on equity merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas pemegang saham. Semakin tinggi *return on equity* maka akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Dengan meningkatnya permintaan saham perusahaan maka akan mendorong harga saham meningkat juga. Tingginya harga saham akan menentukan *return* yang akan diterima oleh investor. Semakin tinggi laba perusahaan, maka semakin besar pula *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik (Sri, Dewi, & Wirajaya, 2013)

Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang selanjutnya yaitu ukuran perusahaan (*size*). Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara seperti: ukuran pendapatan, total aktiva, jumlah karyawan, nilai pasar saham, dan total modal. Perusahaan yang memiliki ukuran besar lebih memiliki kepercayaan investor dibandingkan dengan perusahaan kecil. Investor beranggapan bahwa perusahaan besar lebih memiliki kondisi yang stabil, sehingga memudahkan perusahaan dalam mendapatkan modal. Seperti yang diungkapkan Dewi dan Wirajaya (2013) semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah

pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh *Growth opportunity*. *Growth opportunity* atau peluang bertumbuh perusahaan menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang (Sari & Priyadi, 2016). *Growth opportunity* merupakan faktor yang sangat penting untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi. Perusahaan-perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang akan lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Dengan demikian perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang rendah akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang (Hermuningsih, 2013). Perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan perluasan usaha (ekspansi bisnis).

Growth opportunity bagi setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini menyebabkan perbedaan keputusan pembelanjaan yang diambil oleh manajer keuangan. Perusahaan dengan *growth opportunity* yang 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 (Hermuningsih, 2013). Selain itu, perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi akan memberikan sinyal yang positif kepada investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal merupakan teori yang mendorong diterbitkannya laporan keuangan kepada para pemegang saham. *Signalling theory* menekankan betapa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap para investor. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Teori sinyal digunakan dalam penelitian ini karena teori sinyal menekankan pada pemberian informasi mengenai keterangan, catatan, maupun gambaran perusahaan baik masa lalu maupun masa depan kepada investor. Apabila kinerja perusahaan tersebut baik maka investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut.

Menurut Jogiyanto (2012: 392), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Pada saat informasi diumumkan, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik atau sinyal buruk. Jika pengumuman informasi tersebut dianggap sebagai sinyal baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan dengan saham. Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang mampu memberikan sinyal yang positif kepada pihak di luar perusahaan yaitu dengan mempublikasikan laporan keuangan tahunan.

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. 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 (Pratiwi & Amanah, 2017).

Dengan adanya teori ini dapat mencegah terjadinya asimetri informasi yang terjadi di suatu perusahaan. Asimetri informasi adalah ketidaksejajaran informasi yang diperoleh oleh kedua pihak (Pratiwi & Amanah, 2017). 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 diterbitkannya laporan keuangan yang berguna memberikan informasi atau sinyal tentang keadaan dan prospek perusahaan kepada pemegang saham.

NILAI PERUSAHAAN

Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu (Sartono, 2012: 487). Nilai perusahaan juga bisa diartikan sebagai nilai yang mencerminkan besarnya harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan yang dapat dicerminkan berdasarkan harga saham yang ada di perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, maka kemakmuran pemegang saham juga akan meningkat. Dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan pada saat ini tetapi juga percaya pada prospek perusahaan dimasa mendatang.

PERTUMBUHAN PENJUALAN

Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan kenaikan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun. Perusahaan yang baik dapat dilihat dari penjualannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan. Dengan adanya pertumbuhan penjualan yang terus meningkat maka keuntungan perusahaan juga akan meningkat sehingga nilai perusahaan akan meningkat pula. Menurut Rudianto (2009: 56) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Selain itu, pertumbuhan penjualan juga mencerminkan keberhasilan perusahaan pada periode

dimasa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang.

Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keuntungan yang diterima oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi akan membutuhkan lebih banyak investasi pada berbagai elemen aset, baik aset tetap maupun aset lancar. Dengan adanya pertumbuhan penjualan yang tinggi juga akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan adanya pertumbuhan penjualan yang tinggi maka keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya keuntungan yang tinggi akan dapat memakmurkan kesejahteraan para pemegang saham.

Menurut Brigham dan Houston (2013: 39), perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman dalam memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Rumus pertumbuhan penjualan adalah membandingkan antara penjualan tahun bersangkutan setelah dikurang dengan penjualan tahun sebelumnya terhadap penjualan tahun sebelumnya. Hasil yang positif menunjukkan bahwa terjadi kenaikan penjualan dari tahun sebelumnya, begitu pula sebaliknya hasil yang negatif menunjukkan bahwa terjadi penurunan penjualan dari tahun sebelumnya.

PROFITABILITAS

Tujuan akhir setiap perusahaan adalah untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan

laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011: 134). Perusahaan dengan keuntungan yang tinggi maka akan menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, namun sebaliknya apabila perusahaan memiliki keuntungan yang rendah maka investor akan menarik kembali dananya dari perusahaan. Untuk mengukur tingkat keuntungan yang maksimal, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan (Sudana, 2015: 25).

Menurut Kasmir (2014: 115), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen perusahaan. Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal, tetapi juga bagi pihak eksternal terutama pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan.

UKURAN PERUSAHAAN

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva (Riyanto, 2013: 313). Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan

besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap pasar, sehingga lebih mampu menghadapi persaingan industri. Selain itu, perusahaan besar lebih memiliki banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan besar lebih memiliki akses-akses yang lebih baik terhadap sumber informasi eksternal.

Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Perusahaan dengan skala besar akan lebih mudah untuk mendapatkan pendanaan dari berbagai sumber. Perusahaan besar umumnya memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dan sudah dikenal oleh masyarakat selain itu akan memudahkan perusahaan untuk memperoleh modal melalui investor.

GROWTH OPPORTUNITY

Growth opportunity atau peluang bertumbuh perusahaan menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang (Sari & Priyadi, 2016). *Growth opportunity* disebut juga kesempatan suatu perusahaan untuk tumbuh dimasa yang akan datang. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi sering kali melakukan ekspansi bisnis, sehingga lebih banyak membutuhkan dana di masa mendatang untuk keperluan bisnisnya. Ekspansi bisnis yang dilakukan perusahaan akan menunjang laba yang akan diterima perusahaan dimasa yang akan datang.

Peluang pertumbuhan yang dimiliki perusahaan akan memberikan sinyal yang positif kepada investor, sehingga akan mempengaruhi investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Sinyal positif yang ditangkap oleh investor akan mempengaruhi nilai perusahaan. *Growth opportunity* dapat diukur dengan perubahan total aktiva, perubahan total aktiva dapat dihitung

dengan menggunakan total aktiva periode sekarang dikurangi dengan total aktiva pada periode sebelumnya, dan dibagi dengan total aktiva periode sebelumnya.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan benar-benar bertumbuh. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, investor, kreditur maupun pihak lain untuk melihat prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri.

Dengan adanya pertumbuhan penjualan yang tinggi, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus dimasa yang akan datang sehingga perusahaan memiliki kemampuan dalam memberikan *return* saham yang tinggi kepada investor. Dengan adanya hal tersebut, akan memberikan sinyal yang positif kepada investor dan harga saham perusahaan juga akan meningkat. Dengan meningkatnya harga saham suatu perusahaan akan meningkatkan pula nilai suatu perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Amijaya et al., (2015) menghasilkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi diminati oleh para investor karena dianggap memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi. Semakin besar keuntungan yang

diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan besarnya pembayaran dividen yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Ketertarikan investor terhadap perusahaan akan meningkatkan permintaan saham perusahaan. Apabila terjadi kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal (Hermuningsih, 2013).

Menurut Sudana (2015:25) ada empat jenis analisis utama yang digunakan untuk menilai tingkat profitabilitas yakni terdiri dari: *Return On Equity* (ROE), *Return On Asset* (ROA), *profit margin ratio*, dan *Gross Profit Margin* (GPM). Pada penelitian ini digunakan alat pengukuran profitabilitas *Return On Equity* (ROE). ROE merupakan tingkat pengembalian modal pemilik perusahaan. Dalam rasio ROE semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggambarkan dari besar kecilnya suatu perusahaan yang terlihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan semakin besarnya ukuran suatu perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil dan perusahaan yang besar juga lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Kestabilan perusahaan tersebut akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut. Investor cenderung memiliki ekspektasi yang tinggi dari perolehan dividen yang diterima dari perusahaan yang besar daripada perusahaan yang kecil. Dengan adanya hal tersebut akan menaikkan harga saham perusahaan di pasar modal. Peningkatan permintaan saham menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai perusahaan yang lebih besar.

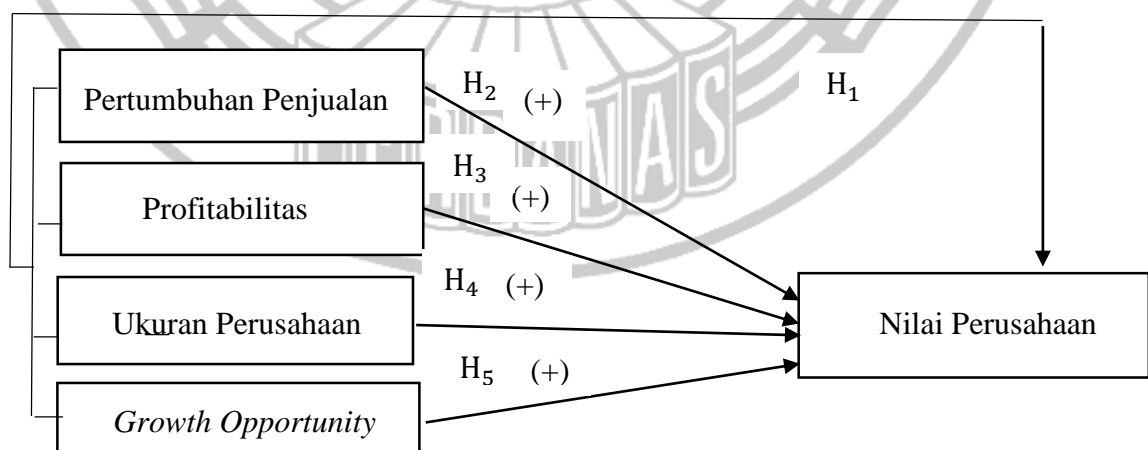
Perusahaan besar lebih memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga perusahaan besar lebih mampu menghadapi persaingan ekonomi yang ketat. Selain itu, perusahaan besar lebih memiliki banyak sumberdaya yang digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Growth opportunity atau kesempatan bertumbuh adalah peluang

pertumbuhan suatu perusahaan di masa yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan yang baik merupakan harapan bagi pihak internal maupun pihak eksternal. Dengan adanya *growth opportunity* yang baik menandakan bahwa kondisi suatu perusahaan akan semakin berkembang dengan adanya investasi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang setiap tahunnya memiliki perkembangan yang baik menandakan kualitas kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi yang sehat (Pratiwi & Amanah, 2017). Hal tersebut akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan

Perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi dimasa mendatang cenderung lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Sebaliknya, apabila perusahaan memperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang rendah, mereka akan berupaya membagi risiko pertumbuhan rendah dengan para kreditur melalui penerbitan utang yang umumnya dalam bentuk utang jangka panjang.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity*. Variabel independen dari penelitian ini yaitu nilai perusahaan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu (Sartono, 2012: 487). Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan Tobins Q. Tobins Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Adapun rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

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

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis (Rudianto, 2009: 56). Pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus perubahan penjualan (*growth of sales*). Berikut adalah rumus untuk mengukur pertumbuhan penjualan :

$$\begin{aligned} & \text{Growth of Sales} \\ &= \frac{S_1 - S_{t-1}}{S_{t-1}} \times 100\% \end{aligned}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan mendapatkan

laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011: 134). Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE). ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rumus ROE yaitu :

$$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva (Riyanto, 2013: 313). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan = Ln(Total Aset)

Growth Opportunity

Growth opportunity atau peluang bertumbuh perusahaan menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang (Sari & Priyadi, 2016). Berikut ini adalah rumus *growth opportunity*:

$$\frac{\text{Total Asset}^t - \text{Total Asset}^{t-1}}{\text{Total Asset}^{t-1}}$$

Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representatif*. Sesuai dengan kriteria sebagai berikut: (1) Perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar selama periode 2013-2017. (2) Perusahaan *property* dan *real estate* yang tidak melakukan *corporate action*. (3) Perusahaan *property* dan

real estate yang tidak memiliki ekuitas negatif.

Dari 52 perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka diperoleh 35 perusahaan yang menjadi sampel penelitian sesuai dengan kriteria pemilihan sampel.

Teknik Analisis Data

Untuk menguji pengaruh antara pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan digunakan model regresi linier berganda dan uji asumsi klasik. Berikut adalah model persamaan regresi dari penelitian ini:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Keterangan :

Y	= Nilai Perusahaan
β_0	= Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$	= Koefisien regresi berganda
X_1	= Pertumbuhan penjualan
X_2	= Profitabilitas
X_3	= Ukuran perusahaan
X_4	= <i>Growth opportunity</i>

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel penelitian ini, yaitu variabel nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity*. Dalam analisis statistik deskriptif terdapat hasil yang dapat dilihat yaitu nilai maximum, minimum, mean dan standar deviasi. Yang mana nilai mean harus lebih besar dari standart deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah error dari model regresi yang terbentuk berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang errornya berdistribusi normal. Dalam mengambil keputusan dapat dilakukan jika signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya variabel berdistribusi normal, sedangkan jika signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga variabel tidak berdistribusi normal. Pendeteksian uji normalitas secara statistik adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Pada penelitian ini memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0.05, yang berarti H_0 diterima dan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ada hubungan atau korelasi antara variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mengetahui sebuah model regresi tidak terjadi multikolinieritas yaitu dengan melihat *tolerance value* dan *variance inflantion factor* (VIF). Suatu regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas jika *tolerance value* diatas 0,10 dan *variance inflantion factor* (VIF) dibawah 10.

Dalam penelitian ini nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa dalam variabel bebas tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1

(sebelumnya). Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan uji *Durbin Watson* (DW). Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi sebagai berikut: (1) $0 < d < dl$ maka tidak ada autokorelasi positif (2) $4 - dl < d < 4$ maka tidak ada autokorelasi negatif (3) $Du < d < 4 - du$ maka tidak ada autokorelasi positif dan negatif.

Dalam penelitian ini memiliki nilai *Durbin-Watson* sebesar 2.173, dan ditemukan $DL=1.6906$ dan $DU=1.7930$ maka menghasilkan keputusan tidak ada autokorelasi positif dan negatif atau dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian ini dilakukan dengan melihat signifikansi dari nilai absolut residual. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan > 0.05 maka disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan jika nilai signifikansi yang dihasilkan < 0.05 maka dapat disimpulkan terjadi gejala heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini pada variabel pertumbuhan penjualan dan *growth opportunity* nilai signifikansinya > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sedangkan, pada variabel ROE dan *size* nilai signifikansinya < 0.05 , maka dapat disimpulkan pada variabel tersebut terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih dan digunakan untuk menunjukkan arah

hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Berikut adalah model persamaan regresi linier berganda:

$$\text{Tobins' } Q = 1.209 + 0.036\text{Sales} + 2.366\text{ROE} + 1.133 \text{ Size} + 0.982 \text{ Growth} + e$$

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	T _{Hitung}	T _{Tabel}
(Constant)	1.209	1.560	
Pertumbuhan Penjualan	0.036	0.811	1.6547
ROE	2.366	6.189	1.6547
SIZE	1.133	2.486	1.6547
Growth Opportunity	0.982	1.987	1.6547
R	0.563		
R Square	0.317		
F _{Hitung}	12.893		F _{Tabel} : 2.43
Sig.	0.000		

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model penelitian tersebut baik (fit) atau tidak. Uji F juga bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (Pertumbuhan penjualan, ROE, *size*, dan *growth opportunity*) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Berdasarkan Tabel 1 diatas dilihat bahwa F_{hitung} sebesar 12.839 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Kemudian menentukan

besarnya F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0.05 serta $df_1 = 4$ dan $df_2 = 155$, sehingga dapat diperoleh F_{tabel} sebesar 2.43. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $12.839 > 2.43$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga H_0 ditolak dan dapat dijelaskan bahwa secara simultan variabel pertumbuhan penjualan, ROE, *size*, dan *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau ukuran yang menyatakan kontribusi dari variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Jika R^2 kecil maka dapat dikatakan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya sangat terbatas.

Berdasarkan hasil tabel 1 dapat diketahui bahwa besarnya nilai R^2 adalah 0.317 yang berarti bahwa 31.7% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi-variasi dari variabel pertumbuhan penjualan, ROE, *size*, dan *growth opportunity*. Sedangkan untuk 68.3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Uji t (Uji Parsial)

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa t_{hitung} pertumbuhan penjualan sebesar 0.811. Selanjutnya menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05 dan $df = 155$, maka dapat diperoleh t_{tabel} sebesar 1.6547. Dari hasil tersebut

menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $0.811 < 1.6547$. Dari analisis tersebut maka H_0 diterima. Jadi dapat dijelaskan bahwa secara parsial pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kenaikan pertumbuhan penjualan tidak mampu menaikkan nilai perusahaan secara signifikan. Hasil yang tidak signifikan pada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan disebabkan karena 30% dari data sampel memiliki pertumbuhan penjualan yang negatif (sumber: dari data observasi). Hal ini menunjukkan bahwa 30% dari data observasi perusahaan *property* dan *real estate* memiliki pertumbuhan penjualan yang tidak stabil. Perusahaan *property* dan *real estate* merupakan sektor industri yang memiliki persediaan yang besar, persediaan ini biasanya dalam bentuk bangunan dan rumah. Selain itu perusahaan *property* dan *real estate* lebih membutuhkan dana yang besar untuk pembiayaan usaha, seperti pembangunan perumahan, apartemen, pusat perbelanjaan, dan lain-lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika perusahaan *property* dan *real estate* mengalami kenaikan penjualan belum tentu perusahaan juga memiliki laba yang tinggi karena pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya seperti pajak dan bunga.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandalika (2016) dan Pantow et al. (2015) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang

dilakukan Amijaya et al. (2015) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan.

Pengaruh Profitabilitas (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa t_{hitung} profitabilitas (ROE) sebesar 6.189. Selanjutnya menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05 dan $df = 155$, maka dapat diperoleh t_{tabel} sebesar 1.6547. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $6.189 > 1.6547$. Dari analisis tersebut maka H_0 ditolak. Jadi dapat dijelaskan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal tersebut menunjukkan apabila *return on equity* (ROE) semakin meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan laba bersih yang dihasilkan perusahaan *property* dan *real estate* lebih tinggi daripada nilai ekuitasnya sehingga dividen yang diberikan perusahaan kepada investor juga tinggi. Pada tahun 2013-2015 jumlah rata-rata laba bersih perusahaan *property real estate* mengalami penurunan namun ditahun 2016-2018 jumlah rata-rata laba bersih yang dihasilkan perusahaan *property* dan *real estate* mengalami peningkatan yaitu sekitar 5-6%. (diakses pada www.swa.co.id)

ROE yang tinggi pada perusahaan *property* dan *real estate* mencerminkan posisi perusahaan yang bagus sehingga nilai yang diberikan pasar yang tercermin pada harga saham terhadap perusahaan *property* dan *real estate* juga bagus. Perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi lebih

diminati oleh investor, sehingga akan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang berinvestasi maka membuat harga saham perusahaan meningkat dan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013) dan Sari & Priyadi (2016) yang menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa t_{hitung} *size* sebesar 2.486. Selanjutnya menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05 dan $df = 155$, maka dapat diperoleh t_{tabel} sebesar 1.6547. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2.486 > 1.6547$. Dari analisis tersebut maka H_0 ditolak. Jadi dapat dijelaskan bahwa secara parsial *size* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil yang signifikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada perusahaan *property* dan *real estate* memiliki jumlah total asset yang besar bahwa pada perusahaan *property* dan *real estate* memiliki jumlah total asset yang besar yang menandakan bahwa perusahaan *property* dan *real estate* memiliki ukuran yang besar. Ukuran perusahaan adalah suatu alat ukur yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur besar-kecilnya suatu perusahaan menggunakan total aset

yang dimilikinya. Perusahaan besar cenderung memiliki pangsa pasar yang lebih besar dibanding perusahaan yang memiliki ukuran kecil. Perusahaan besar akan lebih stabil dalam menjaga kinerjanya dan lebih mampu dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya daripada perusahaan kecil.

Pada perusahaan yang berukuran besar, manajer akan berusaha memaksimalkan kemampuannya mengelola perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, karena pada perusahaan besar cenderung menjadi sorotan masyarakat. Perusahaan dengan total asset yang besar akan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan perusahaan tersebut akan menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari & Priyadi (2016), Prasetyorini (2013), dan Purwohandoko (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Pantow et al. (2015), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa t_{hitung} *growth opportunity* sebesar 1.987. Selanjutnya menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05 dan $df = 155$, maka dapat diperoleh t_{tabel} sebesar 1.6547. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih

besar dari t_{tabel} yaitu $1.987 > 1.6547$. Dari analisis tersebut maka H_0 ditolak. Jadi dapat dijelaskan bahwa secara parsial *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *growth opportunity* maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat.

Growth opportunity dilihat melalui perubahan total asset suatu perusahaan dari tahun ke tahun. Pada penelitian ini hasil yang signifikan pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan disebabkan karena 85% dari data sampel memiliki *growth opportunity* yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa 85% perusahaan *property* dan *real estate* mengalami kenaikan total asset, yang artinya perusahaan *property* dan *real estate* memiliki peluang pertumbuhan yang cukup tinggi. Pada tahun 2013-2018 rata-rata total asset yang dimiliki perusahaan *property* dan *real estate* selalu mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa prospek perusahaan *property* dan *real estate* akan terus tumbuh dengan baik sehingga akan menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan *property* dan *real estate*. (diakses pada www.swa.co.id)

Growth Opportunity adalah peluang yang dimiliki perusahaan untuk proses pengembangan perusahaan untuk pasar sehingga mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya *growth opportunity* yang tinggi menandakan bahwa kondisi suatu perusahaan akan semakin berkembang dengan adanya investasi yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang setiap tahunnya memiliki perkembangan yang baik menandakan kualitas kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi yang sehat.

Kemampuan pencapaian perusahaan dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan menjadikan suatu sinyal untuk menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) dan Sari &

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan *property* dan *real estate* periode 2013-2017. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka didapat kesimpulan sebagai berikut: (1) Pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *property* dan *real estate*. (2) Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan *property* dan *real estate*. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya penjualan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan karena pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya. (3) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan *property* dan *real estate*. Profitabilitas yang diukur dengan ROE yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi sehingga dividen yang diterima investor juga tinggi. (4) Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan *property* dan *real estate*. Ukuran perusahaan yang diukur dengan total asset menunjukkan semakin besar total

Priyadi (2016) yang menyatakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan Pratiwi & Amanah (2017) menghasilkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

asset maka perusahaan akan lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki kondisi yang stabil sehingga akan menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan. (5) *Growth opportunity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan *property* dan *real estate*. Perusahaan yang memiliki kenaikan total asset menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang bagus dimasa yang akan datang.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Berikut ini adalah keterbatasan pada penelitian: (1) Dalam hipotesis penelitian ini seharusnya ukuran perusahaan berpengaruh positif dan negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (2) Nilai *Adjusted R²* yang rendah dari hasil pengujian hanya sebesar 31.7% dapat diartikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini kurang dapat menjelaskan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. (3) Terjadi gejala heteroskedastisitas pada variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian ini, saran yang dapat diberikan (1) bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan agar nilai *Adjusted R²* dapat lebih besar dari penelitian ini. (2)

Bagi investor yang ingin berinvestasi di perusahaan disarankan untuk menggali informasi mengenai perusahaan tersebut dan melihat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, total asset yang dimiliki perusahaan, dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang. (3) Bagi perusahaan sektor *property* dan *real estate* sebaiknya melihat tiga variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *growth opportunity* untuk digunakan dalam perbaikan kinerja perusahaan dalam mencapai nilai perusahaan yang tinggi.

DAFTAR RUJUKAN

- Amijaya, T., Pangestuti, I. R. D., dan Mawardi, W. 2015. Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3(3), 214–235.
- Bringham, F. E., dan Houston. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi 11). Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi Kedu). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermuningsih, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 127–148.
- Jogiyanto, H. 2012. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Edisi ke8). Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Satu). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Limbang, D. T. S., dan Chabachib, M. 2016. Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Real Estate dan *Property* yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2014, 5, 1–14.
- Mandalika, A. 2016. Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Sektor Otomotif). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 207–218.
- Mawar, S. R. P., Sri, M., dan Irvan, T. 2015. Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat DiIndeks LQ 45, 3(1), 961–971.
- Prasetyorini, B. F. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 183–196.
- Pratiwi, D. P., dan Amanah, L. 2017. Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(2), 440–455.
- Purwohandoko. 2017. The Influence of Firm's Size, Growth, and Profitability on Firm Value with Capital Structure as the Mediator: A Study on the Agricultural Firms Listed in the

- Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Economics and Finance*, 9(8), 103–110.
<https://doi.org/10.5539/ijef.v9n8.p103>
- Riyanto, B. 2011. *Dasar-Dasar Pembelanjaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Riyanto, B. 2013. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (Edisi keem). Yogyakarta: BPFE.
- Rudianto. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Grasindo.
- Sari, N. D. A., dan Sidiq, A. 2013. Analisis Financial Leverage, Profitabilitas dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Riset Manajemen dan Akuntansi*, 4(7), 1–20.
- Sari, R. A. I., dan Priyadi, M. P. 2016. Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(10), 1–17.
- Sartono, A. 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Edisi ke4). Yogyakarta: BPFE.
- Sofyan, S. H. 2011. *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan* (5 ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sri, A., Dewi, M., dan Wirajaya, A. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2), 358–372. <https://doi.org/ISSN : 2302-8556>
- Sucuahi, W., dan Cambarihan, J. M. 2016. Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines. *Accounting and Finance Research*, 5(2), 149–153. <https://doi.org/10.5430/afr.v5n2.p149>
- Sudana, I. M. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- www.idx.co.id
www.swa.co.id