

**GROWTH OPPORTUNITY DAN FIRM SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PERIODE 2018-2021**

Khosnul Khotimah<sup>1</sup> , Ika Wahyuni<sup>2</sup> , Ida Subaida<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

\*Email Korespondensi : [khosnul006@gmail.com](mailto:khosnul006@gmail.com)

[Ika\\_wahyuni@unars.ac.id](mailto:Ika_wahyuni@unars.ac.id)

[Ida\\_subaida@unars.ac.id](mailto:Ida_subaida@unars.ac.id)

**ABSTRACT**

*Economic growth is a measure of a country's progress which can be measured from its production sector. Food and beverage companies are currently growing rapidly because they are one of the needs of society. The more widespread expansion is expected to provide a contribution to society and the company. The purpose of this research is to analyze and test the effect of growth opportunity and firm size on company value in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange with profitability as an intervening variable period 2018-2021. The population in this study is the food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange period 2018-2021. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis and hypothesis testing in this study were done using the Structural Equation Model – Partial Least Square (PLS-SEM).*

*The results of the direct effect hypothesis test using the smart pls 3.0 application show that growth opportunity has a significantly positive effect on profitability, firm size has a positive but not significant effect on profitability, growth opportunity has a negative effect but not significant on firm value, firm size has a significant positive effect on value company, profitability has a significant positive effect on the value company, growth opportunity has a significant positive effect on the value company through profitability and firm size have a positive effect but not significant to firm value through profitability.*

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

**1. PENDAHULUAN**

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis menuntut perusahaan bersaing untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu tujuan perusahaan adalah meningkatkan kekayaan dan keuntungan pemegang saham. Dalam hal ini, peran administrator sangat penting. Perencanaan dan pengambilan keputusan membutuhkan pencapaian tujuan perusahaan. Pengelolaan internal perusahaan juga sangat penting, agar penyimpangan yang mengancam perusahaan tidak muncul. Keputusan manajemen juga harus

dipertimbangkan dengan hati-hati untuk mencapai tujuan perusahaan.

Peluang pertumbuhan atau *Growth opportunity*, menunjukkan bahwa kinerja perusahaan itu baik. Menurut Agustina (2020:29) bahwa "*Growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan masa depan perusahaan melihat perubahan neraca atau penjualan perusahaan dibandingkan tahun sebelumnya". Menurut Brigham dan Houston (2011:189), "*Growth opportunity* juga disebut sebagai peluang pertumbuhan masa depan perusahaan. Semakin besar kebutuhan modal masa depan,

semakin besar kemungkinan perusahaan akan menahan laba daripada membayarnya sebagai dividen".

Menurut Sartono (2010:29), "*Firm size* atau ukuran perusahaan yang besar menunjukkan pertumbuhan perusahaan, oleh karena itu investor bereaksi positif dan nilai perusahaan meningkat". Pangsa pasar relatif menunjukkan bahwa perusahaan lebih kompetitif daripada pesaing utamanya. Investor bereaksi positif dan dengan demikian meningkatkan nilai perusahaan. Riyanto (2014:313) menyatakan bahwa "Ukuran perusahaan adalah penjumlahan dari nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai aset". Semakin besar perusahaan, semakin banyak pekerjaan yang dapat dilakukan perusahaan dan semakin besar peluang perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sebaliknya, semakin kecil perusahaan maka semakin kecil usaha yang dapat ditangani oleh perusahaan dan semakin rendah kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Menurut peneliti, perusahaan yang lebih besar cenderung bangkrut daripada yang lebih kecil. Hery (2017:5) mengemukakan bahwa "Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang dicapai perusahaan sebagai contoh kepercayaan publik terhadap perusahaan selama bertahun-tahun dari awal hingga saat ini".

Indrarini (2019:2) juga mengemukakan alternatif pemahaman tentang nilai perusahaan "Nilai perusahaan adalah persepsi investor tentang keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepada mereka, yang biasanya dikaitkan dengan harga

saham". Menurut Wiryaningtyas (2020:148), "Harga saham mencerminkan nilai perusahaan. Jika perusahaan telah mencapai hasil yang baik, maka investor menyambut baik saham perusahaan tersebut". Dapat disimpulkan bahwa nilai suatu perusahaan di mata investor atau *public image* biasanya berkaitan dengan harga saham.

"Rasio Profitabilitas adalah rasio yang menilai profitabilitas suatu perusahaan" (Kasmir, 2015:196). Hery (2016:192) menjelaskan bahwa "Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan usahanya yang normal". Profitabilitas digunakan untuk mengukur keuntungan suatu perusahaan. Pertumbuhan laba yang lebih baik berarti prospek masa depan perusahaan lebih baik terlihat, yang berarti nilai perusahaan di mata investor lebih baik. Ketika kapasitas penghasil laba perusahaan meningkat, demikian juga harga sahamnya.

Salah satu perkembangan ekonomi terlihat terutama pada peningkatan jumlah perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Pangsa subsektor makanan dan minuman di antara subsektor lainnya mengalami penurunan yang signifikan. Industri makanan dan minuman akan tetap menjadi salah satu sektor ekonomi penopang pertumbuhan industri dan perekonomian nasional, meskipun kontribusinya cenderung turun dari tahun ke tahun. Adapun pada kuartal II-2022 subsektor makanan dan minuman menjadi kontributor terbesar PDB (Produk Domestik Bruto) sektor industri, yakni mencapai Rp 302,28 triliun (34,44%).

Alasan peneliti memilih perusahaan makanan dan minuman dari antara perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena bisnis makanan dan minuman merupakan industri yang terus berkembang dibandingkan dengan industri lainnya. Karena setelah krisis atau tidak, makanan dan minuman tetap dibutuhkan. Dengan terus bertambahnya jumlah penduduk dan keadaan ekonomi Indonesia, maka industri makanan dan minuman menjadi sangat penting karena perkembangannya semakin berkembang dan merupakan salah satu indikator perkembangan ekonomi negara. Oleh karena itu, pemerintah akan terus bekerja keras menjaga stabilitas dan ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan subsektor makanan dan minuman untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing global.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Growth Opportunity dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening 2018-2021.

## **2. KERANGKA TEORITIS**

### **Manajemen keuangan**

“Manajemen keuangan adalah semua kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan keinginan, untuk memperoleh dana yang diperlukan dengan biaya rendah dan dengan persyaratan yang menguntungkan serta menggunakan dana tersebut seefisien mungkin”. (Riyanto, 2015:11). Arrainiri (2014:1) menyatakan bahwa “Perusahaan membutuhkan berbagai aset untuk

operasional usahanya, seperti mesin, gedung, stok bahan baku, dan lain-lain, sehingga perusahaan harus mencari dana untuk kebutuhan operasional tersebut”.

### **Tujuan Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan memiliki tujuan yang sangat penting bagi perusahaan dan digunakan sebagai kriteria yang memberikan evaluasi rasional untuk keputusan keuangan. Mulyawan (2015:340) mengemukakan bahwa “Tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan biaya (*expend* atau *cost*) guna mencapai kekuatan pengambilan keputusan operasional yang maksimal untuk menggerakkan perusahaan ke arah pengembangan dan efisiensi bisnis.” Menurut Hery (2017:5), “Manajemen keuangan bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan pemegang saham”.

### **Laporan Keuangan**

Kasmir (2017:7) menjelaskan bahwa “Laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan posisi keuangan akhir suatu perusahaan pada suatu titik waktu atau selama periode waktu tertentu”. Menurut Wahyudiono (2014:10), “Direktur atau manajer perusahaan yang disertai manajemen di luar perusahaan bertanggung jawab atas laporan keuangan.” Menurut Fahmi (2014:5), “Laporan keuangan disajikan oleh manajemen perusahaan untuk membantu pemegang saham dan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan dan dapat digunakan sebagai gambaran keadaan

perusahaan dan sebagai alat peramalan instrumen keuangan di masa depan”.

### **Tujuan Laporan Keuangan**

Menurut Fahmi (2015:5), “Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan investor dan pemberi pinjaman untuk memberikan informasi yang berguna bagi keputusan investasi dan kredit”. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2010:2), “Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi yang berguna tentang posisi keuangan, hasil, dan arus kas perusahaan kepada sebagian besar pengguna laporan yang dipercayakan”.

### **Growth Opportunity**

*Growth Opportunity* atau peluang pertumbuhan adalah kemampuan perusahaan untuk berkembang di masa depan, biasanya berupa peningkatan omzet atau aset perusahaan. Menurut Meutia (2016:607) “Peluang pertumbuhan adalah perubahan total aset yang dimiliki oleh perusahaan”. *Growth opportunity* berbanding lurus dengan aset, yaitu. jika *growth opportunity* perusahaan tinggi, aset perusahaan juga akan tumbuh seiring dengan arus kas dari operasi perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2011:189), “Perusahaan yang tumbuh cepat cenderung menggunakan lebih banyak utang daripada perusahaan yang tumbuh lambat”. Rasio ini dapat diukur menggunakan rumus : Indasari dan Yadnyana (2018:730)

$$\text{Growth Opportunity} = \frac{\text{Total Aset}_t - \text{Total Aset}_{t-1}}{\text{Total Aset}_{t-1}}$$

### **Firm Size**

Riyanto (2011:19) menyatakan bahwa “*Firm size* atau ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan dari segi total aset, penjualan dan penjualan rata-rata”. Menurut Sartono (2012:248) “Perusahaan yang sudah matang lebih mudah memperoleh modal dari pasar modal dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena kemudahan akses pasar berarti perusahaan besar juga memiliki fleksibilitas yang lebih besar”. Brigham dan Houston (2010:4) mengemukakan bahwa “Ukuran perusahaan adalah ukuran suatu bisnis yang tercermin atau dinilai dari total aset, total penjualan, total keuntungan, pajak, pembayaran, dan lain-lain”.

Rumus perhitungan Ukuran perusahaan menurut Harmono (2013:282), yaitu :

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

### **Profitabilitas**

Profitabilitas didefinisikan menurut Kasmir (2014:196) “Merupakan rasio untuk menilai profitabilitas suatu perusahaan”. Menurut Hery (2016:192), “Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan usahanya yang normal”. Proyeksi yang digunakan yaitu *Return On Asset*. *Return On Asset* adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba untuk setiap rupiah aset yang digunakan. Rasio ini dapat diukur menggunakan rumus : Kasmir (2014:196).

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

### Nilai Perusahaan

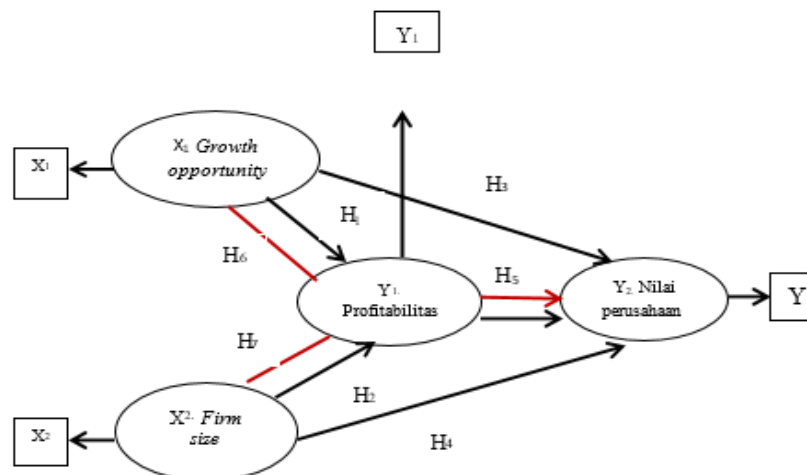
Harmono (2017:233) menyatakan bahwa "Nilai perusahaan adalah hasil dari perusahaan, yang tercermin dari harga saham yang terbentuk dari hubungan penawaran dan permintaan di pasar modal serta mencerminkan penilaian masyarakat terhadap aktivitas perusahaan". Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menggambarkan keadaan seluruh perusahaan.

Proyeksi yang digunakan yaitu *Earning Per Share*. *Earning Per Share* atau laba per saham adalah jenis keuntungan yang diterima pemegang saham untuk setiap saham yang dimilikinya. Harmono (2014:114).

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

### Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dari penelitian ini sebagai berikut



**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis dapat disusun sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : *Growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap *Return on asset*.
- H<sub>2</sub> : *Firm size* berpengaruh signifikan terhadap *Return on asset*.
- H<sub>3</sub> : *Growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan
- H<sub>4</sub> : *Firm size* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H<sub>5</sub> : *Return on asset* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H<sub>6</sub> : *Growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap Nilai

perusahaan melalui *Return on asset*.

- H<sub>7</sub> : *Firm size* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui *Return on asset*.

### 3. METODE PENELITIAN

"Rancangan penelitian adalah tahapan struktural, ekonomi dan penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga informasi yang diperoleh menjadi data yang benar" (Tahir, 2011:51).

Menurut Sugiyono (2015:2) "Metodologi penelitian pada dasarnya

adalah pendekatan ilmiah untuk perolehan pengetahuan yang valid yang bertujuan untuk menemukan, membuktikan dan mengembangkan pengetahuan yang pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengidentifikasi masalah". Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan pendekatan kuantitatif. "Metode deskriptif adalah metode menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana dikumpulkan tanpa maksud untuk menarik kesimpulan umum atau generalisasi" (Sugiyono, 2015: 147). Sugiyono (2015:13) berpendapat bahwa Metode kuantitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme, di mana populasi atau sampel tertentu diuji, informasi dikumpulkan dengan alat penelitian dan data dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk memverifikasi hipotesis tertentu.

### **Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan dari bulan Maret 2023 sampai dengan Mei 2023.

### **Tempat Penelitian**

Tempat penelitian ini dilakukan pada website BEI (Bursa Efek Indonesia) yang dapat diakses melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) Objek penelitian ini adalah pada perusahaan Sub sector Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi berdasarkan pada Sugiyono (2015:80): "Bidang generalisasi terdiri atas objek atau subjek yang menggunakan sifat dan

ciri tertentu yang peneliti terapkan dalam penelitiannya dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi penelitian ini berarti 30 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) periode 2018-2021.

Sampel berdasarkan Sugiyono (2015:81). "Sebagian besar populasi dan karakteristik". Sampel penelitian ini merupakan bagian dari portofolio makanan dan minuman BEI tahun 2018-2021. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. "*Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memperhitungkan sumber informasi tertentu" (Sugiyono, 2015:218).

Sampel penelitian ini sebanyak 10 perusahaan makanan dan minuman. "Pedoman ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator dikalikan 5 sampai 10" (Ferdinand, 2014: 47). Jumlah variabel dalam penelitian ini sebanyak 4, dengan menggunakan teori dari Ferdinand didapatkan sampel minimal  $4 \times 10 = 40$  sampel. Penelitian ini terdapat 10 sampel perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang akan digunakan selama 4 tahun, sehingga data yang terkumpul adalah  $10 \times 4 = 40$  data penelitian.

### **Identifikasi Variabel**

#### **Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Growth opportunity* ( $X_1$ ). Indasari dan Yadnyana (2018:730) mengemukakan bahwa "*Growth opportunity* adalah peluang perusahaan untuk berkembang di masa yang akan datang. Potensi pertumbuhan dapat

dihitung dengan mengurangi saldo periode saat ini dikurangi saldo periode sebelumnya dibagi dengan saldo periode sebelumnya. Jumlah total neraca perusahaan ditemukan di neraca”. Dan *Firm size* ( $X_2$ ) Harmono, 2013: 282 mengemukakan bahwa “*Firm size* adalah ukuran perusahaan yang dapat diukur dengan jumlah total atau ukuran aset perusahaan dengan menggunakan nilai logaritmik total asset”.

#### **Variabel Mediasi (*Intervening Variable*)**

Variabel mediasi (*Intervening Variable*) dalam penelitian ini adalah Profitabilitas. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan produksinya. Penelitian ini menggunakan metode *Return On Asset* untuk mengukur profitabilitas. Kasmir (2014: 196) menyatakan bahwa “Pengembalian aset mengacu pada rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba untuk setiap rupiah aset yang digunakan”.

#### **Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Dalam penelitian ini variabel terikat (*Dependent Variable*) menggunakan Nilai Perusahaan yang merupakan gambaran perusahaan yang tercermin dari harga saham. Nilai suatu perusahaan dapat diprediksi dengan menggunakan EPS (*Earnings per Share*), yang membandingkan laba bersih dengan jumlah saham yang beredar (Harmon, 2014:114).

#### **Teknik Pengumpulan Data Observasi**

Observasi menurut Sugiyono (2015:204), “*Object Charge Research Activities*”. Observasi digunakan sebagai alat untuk mengukur fungsi observasi dari suatu kegiatan penelitian tertentu. Teknologi ini menjadi yang pertama melacak laporan bisnis dan keuangan perusahaan makanan dan minuman Indonesia periode 2018 - 2021.

#### **Studi Pustaka**

Sugiyono (2015:140) menyatakan bahwa “Penelitian kepustakaan adalah penelitian teoretis dan rujukan lain terhadap budaya, nilai dan norma yang berkembang dalam konteks sosial yang dipelajari, karena penelitian tidak dapat dikaitkan dengan kepustakaan ilmiah tertentu”. Literatur dapat diperoleh dari buku, tesis, majalah dan internet.

#### **Studi Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2015:329), “Penelitian dokumentasi adalah suatu cara memperoleh pengetahuan dan informasi yang berupa arsip, dokumen, buku, angka dan gambar tertulis, serta laporan dan data yang mendukung penelitian”. Data yang relevan adalah data sekunder yang diambil dari laporan tahunan perusahaan makanan dan minuman Indonesia dari situs resmi BEI [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

#### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data adalah proses analisis data yang dilakukan dengan mengumpulkan data primer atau sekunder untuk menarik kesimpulan guna pengambilan keputusan. Teknik analisis data dapat dilakukan dengan menganalisis secara langsung laporan

keuangan perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Selain itu, analisis dapat dilakukan dengan menggunakan program *Smart PLS 3.0 (Partial Least Square)*.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Analisis Deskriptif Data

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variable  $X_1$  *Growth opportunity* dan  $X_2$  *Firm size* terhadap  $Y_1$  Profitabilitas dan  $Y_2$  Nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman tahun 2018-2021. Data penelitian ini adalah  $X_1$  *Growth opportunity* dan  $X_2$  *Firm size* sebagai variable independen,  $Y_1$  Profitabilitas sebagai variabel intervening ,dan  $Y_2$  Nilai perusahaan sebagai variable dependen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari website BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

##### Asumsi Klasik Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinieritas menurut Ghazali (2018:108) adalah “Untuk menguji apakah ditemukan korelasi yang tinggi atau cukup antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi”. Apabila nilai  $VIF \leq 5$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas model regresi, sedangkan  $VIF > 5$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinearitas antar variabel bebas model regresi.

##### Asumsi Klasik Normalitas

Tujuan uji normalitas menurut Ghazali (2018:110): “Untuk menguji apakah variabel perancu atau variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal”. analisis program *Smart PLS* tidak melanggar

asumsi normalitas jika nilai *Excess Kurtosis* atau *skewness* menggunakan mean antara -2,58 dan 2,58. Pada data penelitian ini tidak melanggar asumsi klasik.

##### Uji Koefisien Determinasi

Ghozali (2018:97) menyatakan bahwa “Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur kemampuan model yang dihasilkan dalam menjelaskan variasi variabel bebas. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki nilai antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk membuat prediksi tentang variabel dependen”.

Hasil dalam penelitian ini ,yaitu:

- Variabel *Growth opportunity* ( $X_1$ ) dan *Firm size* ( $X_2$ ) mempengaruhi Profitabilitas ( $Y_1$ ) sebesar 0,182 (18,2%) dengan pengaruh sangat rendah, sedangkan sisanya 81,8 % dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- Variabel *Growth opportunity* ( $X_1$ ) dan *Firm size* ( $X_2$ ) mempengaruhi Nilai perusahaan ( $Y_2$ ) sebesar 0,332 (33,2%) dengan pengaruh rendah, sedangkan sisanya 66,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

##### Analisis Persamaan Struktural

Hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis *Smart PLS (Partial Least Partial)*, selanjutnya dibuat persamaan structural sebagai berikut:

- Persamaan Struktural (*Inner Model*)

Hasil uji statistik dijabarkan ke dalam persamaan linear *inner model* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y_1 &= b_1X_1 + b_2X_2 + e \\ &= 0,418 X_1 + 0,127 X_2 + e \end{aligned}$$



$$Y_2 = b_3X_1 + b_4X_2 + e$$

$$= -0,067 X_1 + 0,255 X_2 + e$$

$$Y_2 = b_5Y_1 + e$$

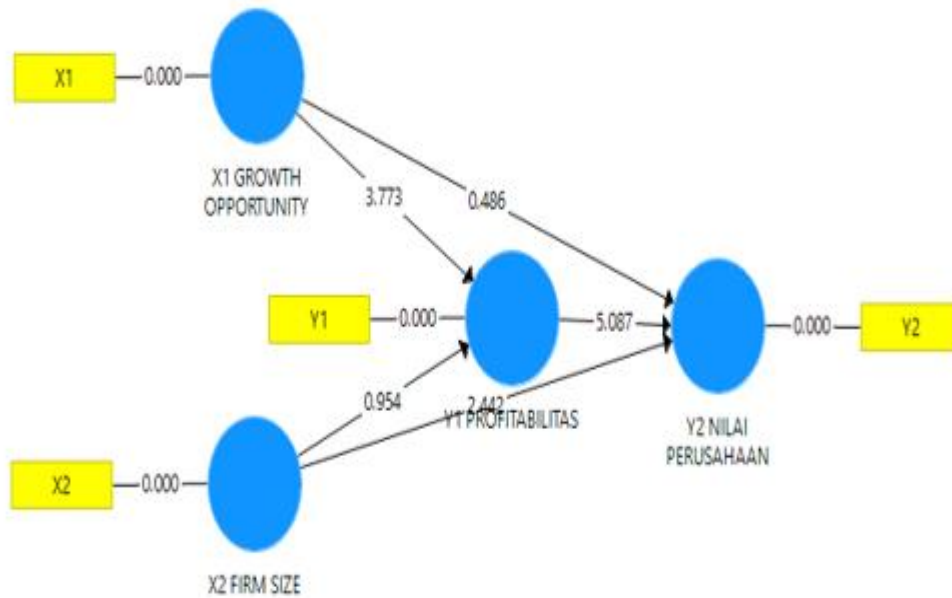
$$= 0,513 Y_1 + e$$

b. Persamaan Struktural (*Inner Model*) Dengan Variabel Intervening

Hasil persamaan struktural dengan menggunakan variabel intervening sebagai berikut :

$$Y_2 = b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y_1 + e$$

$$Y_2 = -0,067X_1 + 0,255X_2 + 0,513Y_1 + e$$



**Gambar 2. Hasil Uji model Struktural dengan Aplikasi Smart PLS**

Berdasarkan gambar diatas, selanjutnya hasil uji hipotesis disajikan sebagai berikut :

1) **Hipotesis 1.** *Growth opportunity* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas ( $Y_1$ )

Hasil uji hipotesis pertama dengan mengacu pada *Nilai original sample* yaitu positif (0,418), Nilai *T-Statistic* yaitu 3.773 ( $>1,964$ ) dan nilai *P value* yaitu 0,00 ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa *Growth opportunity* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas ( $Y_1$ ), dengan demikian **Hipotesis ke 1 diterima.**

2) **Hipotesis 2.** *Firm size* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas ( $Y_1$ )

Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada *Nilai original sample* yaitu positif (0,127) , Nilai *T-Statistic* yaitu 0.954 ( $<1,964$ ) dan *P Value* yaitu 0,31 ( $>0,05$ ) , maka dapat disimpulkan bahwa *firm size* ( $X_2$ ) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas ( $Y_1$ ), dengan demikian **Hipotesis ke 2 ditolak.**

3) **Hipotesis 3.** *Growth opportunity* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ )

Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada Nilai *original sample* yaitu negatif (-0,067), Nilai *T-Statistic* yaitu 0.486 ( $<1,964$ ) dan *P Value* 0,62 ( $>0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa *Growth opportunity* ( $X_1$ ) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ ), dengan demikian **Hipotesis ke 3 ditolak.**

4) **Hipotesis 4.** *Firm size* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ )

Hasil uji hipotesis keempat dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,255) , Nilai *T-Statistic* yaitu 2.442 ( $>1,964$ ) dan *P Value* 0,009 ( $<0,05$ ) , maka dapat disimpulkan bahwa *Firm size* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ ) , dengan demikian **Hipotesis ke 4 diterima.**

5) **Hipotesis 5.**

Profitabilitas ( $Y_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ )

Hasil uji hipotesis kelima dengan mengacu pada Nilai *original sample* yaitu positif (0,513), Nilai *T-Statistic* yaitu 5.087 ( $>1,964$ ) dan *P Value* 0,00 ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas ( $Y_1$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ ), dengan demikian **Hipotesis ke 5 diterima.**

#### Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung/ Uji Melalui Variabel Intervening

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis pengaruh tidak langsung adalah sebagai berikut :

6) **Hipotesis 6.** *Growth opportunity* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ ) melalui Profitabilitas ( $Y_1$ )

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,215) , Nilai *T-Statistic* yaitu 2.442 ( $>1,964$ ) dengan *P Value* yaitu 0,00 ( $<0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa *Growth opportunity* ( $X_1$ )

berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ ) melalui Profitabilitas ( $Y_1$ ) dengan demikian **Hipotesis ke 6 diterima.**

7) **Hipotesis 7.** *Firm size* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ ) melalui Profitabilitas ( $Y_1$ )

Hasil uji hipotesis ketujuh dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,065), Nilai *T-Statistic* yaitu 0,954 (<1,964) dengan *P Value* yaitu 0,34 (>0,05) , maka dapat disimpulkan bahwa *Firm size* ( $X_2$ ) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $Y_2$ ) melalui Profitabilitas ( $Y_1$ ) dengan demikian **Hipotesis ke 7 ditolak.**

### Pembahasan

#### Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Profitabilitas

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Growth opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,418) dan nilai *P value* yaitu 0,00 (<0,05). Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 1 diterima.** Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Growth opportunity* merupakan peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa mendatang. Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset, di mana pertumbuhan aset masa lalu mencerminkan profitabilitas dan pertumbuhan masa depan. Pertumbuhan dapat muncul sebagai peningkatan atau penurunan total aset perusahaan selama periode waktu tertentu. Perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi,

perusahaan-perusahaan tersebut memiliki nilai investasi yang cukup besar terutama pada aset tetap dengan umur ekonomis kurang dari satu tahun. Investasi dilakukan melalui pembelian mesin-mesin baru, teknologi informasi yang lebih penting dan kebutuhan untuk memperluas pasar. Dampak dari investasi yang besar ini adalah perusahaan dengan *growth opportunity* yang baik juga memiliki profitabilitas yang tinggi. Semakin tinggi *growth opportunity* maka semakin tinggi pula profitabilitas perusahaannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari (2018) bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas.

#### Pengaruh *Firm size* terhadap Profitabilitas

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Firm size* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap profitabilitas dengan nilai *original sample* (0,127) dan nilai *P Value* yaitu 0,31 (>0,05). Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 2 ditolak.** Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *firm size* yang diukur dengan total aktiva perusahaan menunjukkan bahwa semakin tinggi total aktiva menunjukkan aktiva yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan tersebut tergolong perusahaan besar. Akan tetapi, perusahaan dengan aktiva besar belum tentu menghasilkan keuntungan bisnis yang maksimal, dan perusahaan dengan aset kecil belum tentu menghasilkan keuntungan berdasarkan aset yang relatif kecil.

Hal ini menolak hasil penelitian terdahulu Maria (2019) menunjukkan bahwa *Firm size* berpengaruh negatif signifikan terhadap Profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agape (2018) yang menunjukkan bahwa *Firm size* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas.

#### **Pengaruh *Growth opportunity* terhadap Nilai perusahaan**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Growth opportunity* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan dengan nilai *original sample* yaitu negatif (-0,067) dan P Value yaitu 0,62 (>0,05). Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 3 ditolak**. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa peningkatan *growth opportunity* yang diberikan dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan, di beberapa perusahaan penurunan aset akibat Covid 19 mengganggu sebagian besar operasional perusahaan. Pada saat itu, penjualan perusahaan menurun, namun pada saat yang sama perusahaan tetap harus membayar biaya-biaya yang timbul dari bisnis inti. Akibatnya, keputusan tersebut mendapat tanggapan negatif dari investor, yang menyebabkan penurunan penawaran saham perusahaan di pasar modal, yang menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Hal ini menolak hasil penelitian terdahulu Oktavia (2019) menunjukkan bahwa *Growth opportunity* berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Harfiani (2021) yang menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan.

#### **Pengaruh *Firm size* terhadap Nilai perusahaan**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Firm size* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,255) dan P Value 0,00 (<0,05). Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 4 diterima**. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *firm size* (ukuran perusahaan) mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dicerminkan dalam beberapa hal yang berbeda, salah satunya dapat dilihat berdasarkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Responnya yang baik inilah yang akan mampu meningkatkan Nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novelia (2020), Skholekhah (2021) dan Wahyuni et.al yang menunjukkan bahwa *Firm size* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan.

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan.**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh

signifikan positif terhadap Nilai perusahaan dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,315) dan P Value 0,00 (<0,05). Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 5 diterima**. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Profitabilitas mampu mempengaruhi Nilai perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Retun On Asset* dengan cara membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva. Perusahaan yang berhasil meningkatkan profitabilitas setiap tahunnya, maka akan membuat ketertarikan banyak investor. Investor akan mempercayai perusahaan yang mampu menghasilkan profit yang besar. Keadaan tersebut akan digunakan manajer perusahaan untuk memperoleh sumber modal dalam bentuk saham. Berpengaruhnya positifnya nilai perusahaan menjadi prospek baik bagi perusahaan untuk menarik investor. Karena profitabilitas merupakan indikator terpenting bagi suatu perusahaan, dimana semakin tinggi rasio maka tinggi pula laba yang dimiliki perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novelia (2020) dan Rosiva (2022) yang menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan.

#### **Pengaruh *Growth opportunity* terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Growth opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan melalui

profitabilitas dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,215) dan P Value 0,00 (<0,05). Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 6 diterima. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Profitabilitas mampu memediasi pengaruh *Growth opportunity* terhadap Nilai perusahaan. Perusahaan dengan *Growth opportunity* yang tinggi dapat menciptakan kepercayaan investor bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek masa depan yang menguntungkan. Perusahaan yang berkembang pesat mendapatkan hasil yang positif karena mereka memperkuat posisinya di dunia bisnis, menikmati pertumbuhan penjualan, dan dengan itu pangsa pasar perusahaan juga meningkat. Adanya informasi tentang pertumbuhan perusahaan direspons positif oleh investor sehingga meningkatkan permintaan saham yang berdampak baik pada kenaikan harga saham maupun Nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavia (2019) dan Ratnasari (2018) menunjukkan bahwa bahwa *Growth opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas.

#### **Pengaruh *Firm size* terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa *Firm size* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,065) dan P Value yaitu 0,34 (>0,05). Berdasarkan pengujian dapat

disimpulkan bahwa Hipotesis 7 ditolak. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. Besarnya pertumbuhan dan ukuran perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan menunjukkan perkembangan yang baik, akan tetapi pertumbuhan dan ukuran perusahaan tersebut belum tentu mampu memberikan sinyal positif bagi peningkatan Nilai perusahaan. Hal ini menolak hasil penelitian terdahulu Maria (2019) dan Novelia (2020) menunjukkan bahwa *Firm size* berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novitasari (2021) dan Harfiani (2021) yang menunjukkan bahwa *Firm size* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu, sebagai berikut:

1. *Growth opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas ( $H_1$  diterima)
2. *Firm size* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas ( $H_2$  ditolak)
3. *Growth opportunity* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan ( $H_3$  ditolak)

4. *Firm size* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan ( $H_4$  diterima)
5. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan ( $H_5$  diterima)
6. *Growth opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas ( $H_6$  diterima)
7. *Firm size* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas ( $H_7$  ditolak)

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk peneliti-peneliti selanjutnya. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

### Bagi Perusahaan Sub sector Makanan dan Minuman

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *Growth opportunity* dapat dipengaruhi oleh Profitabilitas, *Firm size* dan Profitabilitas dapat dipengaruhi oleh Nilai perusahaan serta, Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *Growth opportunity* melalui Profitabilitas. Jadi, saran yang diberikan oleh peneliti bagi perusahaan adalah agar perusahaan selalu memperhatikan *Growth opportunity* dan Profitabilitas agar Nilai perusahaannya baik.

### Bagi Universitas Aburachman Saleh Situbondo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan kurikulum Manajemen Keuangan serta menjadi tambahan informasi bagi para dosen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo saat

melakukan kegiatan pembelajaran serta sebagai tambahan informasi bagi adik tingkat pada saat mengerjakan tugas akhir terkait *Growth opportunity, Firm size, Profitabilitas* dan Nilai perusahaan.

### **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan atau referensi untuk mengembangkan model-model penelitian terbaru yang berkaitan dengan *Growth opportunity, Firm size, Profitabilitas* dan Nilai perusahaan. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber yang dapat menggambarkan variabel-variabel yang berkaitan dengan Nilai perusahaan dan Profitabilitas, seperti *Growth opportunity* dan *Firm size* agar penelitiannya menjadi lebih relevan dengan bidang keilmuan keuangan saat ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, S P. 2020. "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset dan *Growth Opportunity* terhadap Struktur Modal ". Diterbitkan. Skripsi . Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Arraini, L. 2014. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Sukabumi : Al Fath Zumar.
- Brigham,E.F dan Houston, J.F. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Terjemahan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Fahmi. 2015. *Analisa Kinerja Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- Ferdinand ,A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Universitas Diponegoro.
- Harmono. 2015. *Manajemen Keuangan Berbasis Balance Score*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hery. 2017. *Analisis Laporan Keuangan (Intergrated and Comprehensive Edition)*. Jakarta: Grasindo.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2010. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Indasari, A.P. dan Yadyana,I. K. 2018. Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Likuiditas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal akuntansi*. Universitas Udayana. Volume 22 (1) : 714-746.
- Indrarini, S. 2019. *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governmance Dan Kebijakan Perusahaan)*. Surabaya : Scorpindo.
- Kasmir, 2017. *Analisis Laporan Keuangan* . Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Meutia, T. 2016. Pengaruh *Growth Opportunity*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Properti Di BEI. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. Volume 5 (2) : 603-614.
- Mulyawan, S. 2015. *Manajemen Keuangan*. Bandung : CV Pustaka Setia.

- Nurhasanah, Wahyuni, I., Subaida, I. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Proditabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Varaibel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di LQ45. *Jurnal Mahasiswa Entreprenuer (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo . Volume (1). No.9.
- Riyanto . 2015. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan ,Ed 4*. Yogyakarta : BPFE.
- Rosiva, M., Wahyuni, I., Subaida, I.,2022. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entreprenuer (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Volume (1). No.2.
- Sartono, A. 2015. *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi .Edisi 4* . Yogyakarta : BPFE.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV.Alpabeta.
- Wahyudiono, B. 2014. *Mudah Membaca Laporan Keuangan*. Jakarta : Raih Asa Sukses.
- Wiryaningtyas D P. 2020. Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2018. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* . Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Volume 18 (2) : 147-162.