

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN TINGKAT PERTUMBUHAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**
(Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
(BEI) Periode 2007-2011)

Widyo Mukti Hastungkoro

Muhammad Saifi

Dwi Atmanto

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

Email : widyo36@gmail.com

ABSTRACT

This study examines and analyzes the effect of profitability and firm growth on firm value. This study also aims to find out more information about the profitability and growth of the company on corporate values both from the agency and simultaneously. The type of research used in this research is explanatory research with multiple linear regression analysis method. The results showed that profitability and growth of the company have influence either partially or simultaneously to company value. Dit dit dit dit United States United States United States United States United States United States United States United States America also also as well as also also also also as well as also also also also continue to do strategy development for the creation of provitabilitas which will also have a good impact on the value of a good company. Thus, by using good corporate profitability by implementing strategies and innovation and effective performance control, it will also have an impact on company growth that will reflect on good corporate value.

Keyword : Profitability, Firm Growth, Firm Value

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji serta menganalisis pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menganalisis lebih spesifik mengenai seberapa besar pengaruh pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan baik dari pengaruh secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap nilai perusahaan. Jika ditinjau bahwa pada tahun 2008 telah terjadinya krisis ekonomi di Amerika Serikat yang berimbas pada perekonomian negara berkembang dan hal ini juga mampu memberikan dampak baik untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan yang mana hal tersebut dilakukan dengan cara membuat suatu inovasi dan terus melakukan evaluasi strategi agar terciptanya provitabilitas yang baik yang akan berdampak juga terhadap nilai perusahaan yang baik. Sehingga, dengan adanya profitabilitas perusahaan yang baik dengan melakukan evaluasi strategi dan inovasi serta pengontrolan kinerja secara berkesinambungan, maka juga akan berdampak terhadap pertumbuhan perusahaan yang akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang baik.

Kata Kunci : Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Laba tidak hanya muncul dengan meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk yang dimilikinya agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat, melainkan diiringi dengan rasa tanggung jawab perusahaan baik terhadap karyawan, pelanggan maupun pemilik dan jika tidak maka kelangsungan hidup perusahaannya akan terancam. Tujuan utama jangka pendek perusahaan adalah memaksimalkan laba perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

Harga pasar saham merupakan salah satu indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Saham merupakan salah satu *instrument* pasar keuangan yang paling populer, saham juga merupakan investasi yang banyak dipilih oleh para investor karena mampu memberikan keuntungan yang menarik. Menurut M. Nafarin (2007: 788) “Laba (*income*) adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya - biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu”. Menurut Abdul Halim & Bambang Supomo (2005:139) “Laba merupakan pusat pertanggung jawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya”. Menurut Kuswadi (2005:135), menyatakan bahwa “Perhitungan laba diperoleh dari pendapatan dikurangi semua biaya”. Menurut Mahmud M. Hanafi (2010:32), menyatakan bahwa “Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan, yang didefinisikan sebagai berikut : $Laba = Penjualan - Biaya$ ”

Menurut Ika dan Shidiq (2013) nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Informasi penilaian saham sangat penting diketahui oleh investor dalam memutuskan keinginannya untuk berinvestasi dalam pasar modal. Tandelilin (2010: 301) penilaian saham dilakukan dengan tiga jenis yaitu: nilai buku, nilai pasar dan nilai intrinsik. Nilai buku merupakan nilai saham yang dihitung dengan melihat pembukuan emiten. Nilai pasar merupakan nilai saham yang terdapat dalam pasar modal. Nilai

intrinsik merupakan nilai yang sebenarnya terjadi dalam saham. Ketiga jenis penilaian saham tersebut sangat penting untuk diketahui oleh para investor untuk memutuskan pengambilan keputusan yang tepat saat berinvestasi. Pada saat membeli atau menjual saham investor perlu membandingkan antara nilai intrinsik dengan nilai pasar dalam saham. Nilai pasar yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai intrinsik maka saham tersebut tergolong dalam nilai jual yang tinggi. Pada situasi tersebut investor dapat menjual saham tersebut, dan jika nilai pasar lebih kecil dari nilai intrinsiknya maka saham tersebut tergolong dalam nilai jual yang rendah dan investor dianjurkan untuk membeli saham tersebut.

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai *asset* yang dimiliki perusahaan seperti surat - surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten. Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka akan memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham. Nilai dari suatu perusahaan bergantung tidak hanya pada kemampuan menghasilkan arus kas, tapi bergantung juga pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan yang diambil alih. Untuk menentukan harga yang dapat diterima untuk sebuah perusahaan maka beberapa faktor dievaluasi secara hati - hati. Beberapa variabel kuantitatif yang sering digunakan sebagai usaha untuk memperkirakan nilai perusahaan. Faktor - faktor ini meliputi nilai buku, nilai appraisal, harga dari saham, arus kas yang diharapkan. Penciptaan nilai perusahaan dilakukan melalui penciptaan laba sebagai hasil dari pengelolaan sumber daya perusahaan. Sebagai pemilik perusahaan wajar menghendaki kemakmuran yang semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Sebelum melakukan pembelian saham investor telah melakukan penilaian terhadap perusahaan dengan baik. Hal ini perlu dilakukan agar saham yang dibeli, mampu memberikan tingkat *return* sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu aspek yang menjadi bahan penilaian bagi investor adalah nilai pasar perusahaan. Investor dalam melakukan investasi juga akan melihat kemungkinan munculnya risiko dalam suatu perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang merupakan salah satu penarik minat investor, sehingga dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Investor yang tertarik dan berminat akan melakukan investasi pada perusahaan tersebut dengan membeli sahamnya di

pasar modal. Dengan demikian, harga saham merupakan ukuran prestasi perusahaan, yaitu ukuran keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan dengan atas nama pemegang saham.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba melalui operasional usahanya dengan menggunakan dana aset yang dimiliki oleh perusahaan. Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan Brigham dan Gapenski (2006). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada suatu periode akuntansi. Profitabilitas menurut Saidi (2004) dalam Martalina (2011) adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

Mariono dan Agus (2005:2) dalam Rika (2010) dan Alfredo (2011) menjelaskan bahwa didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Profitabilitas adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan Amirya dan Atmini (2007) dalam Lifessy (2011). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu Hanafi (2003 : 8). Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan Tandelilin, (2001:240).

2.2. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan. Pertumbuhan perusahaan pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa macam faktor, yaitu faktor eksternal, internal, dan pengaruh iklim industri lokal. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi, dalam hubungannya

dengan leverage, sebaiknya menggunakan ekuitas sebagai sumber pembiayaannya agar tidak terjadi biaya keagenan (*agency cost*) antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan, sebaiknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah sebaiknya menggunakan hitung sebagai sumber pembiayaannya karena penggunaan hutang akan mengharuskan perusahaan tersebut membayar bunga secara teratur.

Pertumbuhan perusahaan yang cepat maka akan semakin besar pula kebutuhan dana untuk melakukan ekspansi. Semakin besar suatu kebutuhan untuk pembiayaan yang akan datang maka akan semakin besar pula keinginan suatu perusahaan untuk menahan laba. Jadi perusahaan yang sedang tumbuh sebaiknya tidak membagikan labanya sebagai deviden tetapi akan lebih baik digunakan untuk melakukan ekspansi. Potensi pertumbuhan ini dapat diukur dari besarnya biaya penelitian dan pengembangan. Semakin besar R&D cost-nya maka berarti ada prospek perusahaan untuk tumbuh Sartono (2001).

Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara, misalnya dengan melihat pertumbuhan penjualannya. Pengukuran ini hanya dapat melihat pertumbuhan perusahaan dari aspek pemasarannya perusahaannya saja. Pengukuran yang lain adalah dengan melihat pertumbuhan labar operasi dari perusahaan. Dengan melakukan pengukuran laba operasi perusahaan, kita dapat melihat aspek pemasaran dan juga efisiensi perusahaan tersebut dalam pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya. Pengukuran berikutnya adalah dengan mengukur pertumbuhan labar bersih perusahaan tersebut, dimana inputnya pertumbuhan laba bersih ini adalah modal, sedangkan outputnya adalah laba. Pengukuran pertumbuhan perusahaan yang terakhir adalah melalui pengukuran pertumbuhan terhadap modal sendiri.

2.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Menurut Harmono (2011) nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran dipasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Menurut Brealey et al. (2008) nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor

tentang seberapa baikkah keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun prospek masa depannya.

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 (2010:487). Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan, Harmono (2009:233). Nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini, Noerirawan (2012). Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang (*present value*) dari *free cash flow* di masa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. *Free cash flow* merupakan *cash flow* yang tersedia bagi investor (kreditur dan pemilik) setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran untuk operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih, Brigham dan Erdhardt (2005:518). Nilai perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham, Gitman (2006:352)

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2007 sampai dengan tahun 2011. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *sampling purposive*, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Sampel diperoleh sebanyak 10 perusahaan, sehingga didapatkan jumlah sampel (n) selama periode tahun 2007 hingga tahun 2011 yaitu. sebanyak 50 sampel (10 perusahaan x 5 tahun). Lokasi Penelitian Penelitian ini dilakukan di Pojok BEI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, JL. MT. Haryono 165 Malang. Penelitian ini menggunakan sumber data berupa data sekunder. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode analisis data dalam penelitian ini mencakup analisis uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hitopesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskripsi Variabel

4.1.1. Variabel Profitabilitas (X_1)

Nilai rata – rata ROA terendah dimiliki oleh perusahaan dengan kode ADES LKT yaitu sebesar -0,1355 atau -13,54%. Hal ini dikarenakan aktiva yang dimiliki oleh ADES LKT didominasi oleh aktiva tetap yang terlalu tinggi. Jumlah aktiva yang tinggi apabila tidak ampu dimanfaatkan dengan baik, maka laba yang dihasilkan dari penjualan produk dari ADES LKT akan sangat kurang maksimal. Selain itu beban operasional juga terlalu tinggi, sehingga perusahaan mengalami defisit. Seharusnya dengan aktiva tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk berupa inovasi dan meminimalisir pengeluaran seperti beban operasional yang ada sehingga nantinya dapat meningkatkan keuntungan hasil penjualan.

Nilai rata – rata ROE terendah dimiliki oleh perusahaan dengan kode AISA LKT yaitu sebesar 0,109216 atau 10,92%. AISA LKT menunjukkan pengelolaan aktiva dan kewajiban yang tergolong kurang baik, sehingga laba yang dihasilkan oleh AISA LKT lebih rendah dibandingkan dengan total ekuitasnya. Selain itu, beban usaha yang dikeluarkan tidak sebanding dengan laba yang dihasilkan. Hal tersebut disebabkan karena kenaikan dalam beban yang diperoleh oleh AISA LKT, beban penyusutan dan amortisasi, beban karyawan serta beban administrasi dan umum. Hal ini juga yang menyebabkan tingkat ROE yang rendah pula oleh AISA LKT.

Rata – rata *operating provit margin* menunjukkan bahwa perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI yang memiliki nilai *operating provit margin* di atas rata – rata adalah PSTP LKT dan MLBI LKT. Nilai *operating provit margin* dengan nilai rata – rata tertinggi adalah perusahaan dengan kode PSTP LKT sebesar 0,650933 atau 65,09%. Artinya PSTP LKT mampu untuk meningkatkan penjualannya dan mampu mengelola persediaan yang dimiliki oleh PSTP LKT sehingga besarnya nilai rata – rata *operating provit margin* dari PSTP LKT dapat menutupi biaya tetapnya.

Rata – rata terendah terdapat pada perusahaan ADES LKT sebesar -0,20203 atau -20,20%. Artinya ADES LKT belum mampu untuk meningkatkan penjualannya dan belum maksimal dalam memaksimalkan persediaan yang dimiliki oleh ADES LKT, sehingga hal tersebut membuat ADES LKT belum mampu untuk menutupi biaya tetapnya.

4.1.2. Variabel Pertumbuhan (X₂)

Rata – rata *asset growth* menunjukkan bahwa perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI yang memiliki nilai *asset growth* di atas rata – rata adalah CEKA LKT, INDF LKT, MYOR LKT, dan SMAR LKT. Nilai *asset growth* dengan nilai rata – rata tertinggi adalah perusahaan dengan kode AISA LKT sebesar 1,4225 atau 142,25%. Hal ini menunjukkan bahwa AISA LKT mampu menaikkan aktiva setiap tahunnya dan peningkatan asset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan.

Rata – rata dari nilai *asset growth* terendah terdapat pada perusahaan dengan kode FAST LKT dengan nilai sebesar 1,037515 atau 103,75%. Artinya bahwa perusahaan FAST LKT masih belum mampu untuk menaikkan aktiva setiap tahunnya dan peningkatan asset yang diikuti oleh peningkatan hasil operasinya menurun.

Rata – rata *sales growth* menunjukkan bahwa perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI yang memiliki nilai *sales growth* di atas rata – rata adalah perusahaan dengan kode SMAR LKT, MYOR LKT, AISA LKT, dan CEKA LKT. Nilai *sales growth* dengan nilai rata – rata tertinggi adalah perusahaan dengan kode SMAR LKT sebesar 1,516019 atau 151,60%. Hal ini menunjukkan bahwa SMAR LKT mampu meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun serta mampu menjalankan operasionalnya dengan mengadakan *controlling* yang berkesinambungan dan mengadakan evaluasi agar dapat meningkatkan penjualan terus – menerus.

Rata – rata dari nilai *sales growth* terendah terdapat pada perusahaan dengan kode PSTP LKT. Hal ini menunjukkan bahwa PSTP LKT masih belum maksimal dalam mengelola penjualannya yang mana terjadi fluktuasi setiap tahunnya. Di samping itu, perusahaan PSTP LKT masih belum mampu untuk menjalankan dan memanfaatkan operasionalnya.

4.1.3. Variabel Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan analisis deskripsi pada variabel nilai perusahaan menunjukkan bahwa nilai di atas rata – rata adalah perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI adalah perusahaan dengan kode PPSTP LKT. Untuk rasio yang menunjukkan rasio terbaik adalah pada perusahaan yang memiliki rasio terkecil yaitu perusahaan dengan kode DLTA LKT sebesar 0,176238 yang artinya bahwa ketika investor ingin menginvestasikan pada saham DLTA LKT maka masa kembali modal pokoknya (*payback period*) adalah sekitar 1,7 tahun.

4.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		11
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	38,93729069
Most Extreme Differences	Absolute	,310
	Positive	,310
	Negative	-,234
Kolmogorov-Smirnov Z		1,028
Asymp. Sig. (2-tailed)		,241

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan pengujian Kolmogorov-Smirnov pada tabel tersebut, untuk analisis variabel independen terhadap dependennya memiliki nilai *signifikan* sebesar 0,241, dimana nilai tersebut lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi. Artinya dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

4.2.2. Uji Autokorelasi

Tabel 2. Hasil Uji Durbin Watson

Model Regresi	Durbin Watson	du	dl	Keterangan	Keputusan
Profitabilitas Nilai Perusahaan	2.075	0.376	2.414	0.376 < 2.075 < 2.414	Tidak terjadi autokorelasi
Pertumbuhan Nilai Perusahaan	1.981	0.376	2.414	0.376 < 1.981 < 2.414	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : Data diolah (2018)

Hasil uji Durbin Watson pada tabel 2. di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada semua model pengujian hipotesis. Pada semua model regresi nilai Durbin Watson berada diantara nilai du dan 4- du ($dU < d < 4 - dU$), sehingga dapat diputuskan bahwa data tersebut tidak terjadi autokorelasi.

4.2.3. Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

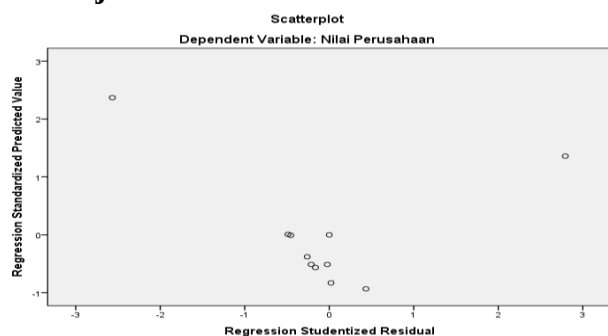
Variabel	Tolerance	VIF	keterangan
Profitabilitas	0.789	1.268	Tidak terjadi multikolinieritas
Pertumbuhan	0.789	1.268	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan pada pengujian multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa kedua data tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa nilai *tolerance* kurang dari 1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa kedua data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

4.2.4. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Artinya data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3. Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	t _{hitung}	Sig.	Keterangan
X ₁	0,319	3.013	0,003	Signifikan
X ₂	0,615	2.189	0,042	Signifikan
A	0,05			
R	0,805			
R Square	0,664			
Koefisien Determinasi (Adj. R ²)	0,545			
F – Hitung	22,784			
F – Tabel	4,74			
Sig. F	0,049			
t – tabel	1.860			

Sumber : Data diolah (2018)

Hasil uji regresi berganda dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y) sedangkan untuk variabel independen yaitu profitabilitas (X₁) dan pertumbuhan (X₂). Menurut Sugiyono (2011:277) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) dengan menggunakan *Unstandardized Coefficient*. Adapun persamaan regresi pada *Unstandardized Coefficient* yang diperoleh dari tabel 4.10 adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = (27.413) + 0,319X_1 + 0,615X_2$$

Persamaan regresi linier berganda dapat diartikan sebagai berikut:

1. Y = variabel dependen yang nilainya diprediksi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y),

sedangkan untuk variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas (X₁) dan pertumbuhan (X₂).

2. b₁ = koefisien regresi variabel profitabilitas (X₁) adalah sebesar 0,319 yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (X₁) memiliki pengaruh dari suatu peramalan yang searah atau positif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini diartikan bahwa setiap kenaikan dari profitabilitas (X₁) sebanyak 1%, maka akan terjadi peningkatan terhadap nilai perusahaan (Y) sebesar 0,319%.
3. b₂ = koefisien regresi variabel pertumbuhan (X₂) adalah sebesar 0,615 yang menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan (X₂) memiliki pengaruh dari suatu peramalan yang searah atau positif terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini diartikan bahwa setiap kenaikan dari pertumbuhan (X₂) sebanyak 1%, maka akan terjadi peningkatan terhadap nilai perusahaan (Y) sebesar 0,069%.

4.4. Uji Hipotesis

4.4.1. Uji Signifikansi Parsial (t)

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (t)

Variabel	t _{hitung}	Sig	Keputusan terhadap H ₀
Profitabilitas Nilai Perusahaan	3.013	0,003	Ditolak
Pertumbuhan Nilai Perusahaan	2.189	0,042	Ditolak

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel di atas maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki t_{hitung} sebesar 3.013 dengan signifikansi sebesar 0,003. Nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu sebesar 1.860 (3.013 > 1.860), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai t_{hitung} positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika profitabilitas naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,003, lebih kecil daripada 0,05, sehingga keputusan terhadap H₀ ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh pertumbuhan terhadap nilai perusahaan memiliki t_{hitung} sebesar 2.189 dengan signifikansi sebesar 0,042. Nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu sebesar 1.860 (2.189 > 1.860), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan. Nilai t

hitung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika pertumbuhan naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,042, lebih kecil daripada 0,05, sehingga keputusan terhadap H0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.664	.545	43,5332144

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data diolah (2018)

Dari hasil analisis koefisien determinasi pada tabel di atas, diperoleh nilai R Square (R^2) pada model regresi sebesar 0,664. Hal ini berarti bahwa hasil regresi mampu menjelaskan pengaruh antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y sebesar 66.4% dan sisanya 33.6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. nilai R dalam analisis regresi diperoleh sebesar 0,805, artinya terjadi hubungan erat dari korelasi antara variabel profitabilitas dan pertumbuhan dengan nilai perusahaan karena nilai lebih mendekati 1 daripada 0.

4.4.3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2973,390	2	1486,695	22,784	.049 ^b
Residual	15161,126	8	1895,141		
Total	18134,516	10			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan, Profitabilitas

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel 7. nilai F hitung sebesar 22,784 sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; df regresi = 2 : df residual = 7) adalah sebesar 4,74. Karena F hitung > F tabel yaitu $22,784 > 4,74$ atau nilai Sig. F (0,049) < $\alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (nilai perusahaan) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas yakni profitabilitas (X_1) pertumbuhan (X_2).

4.5. Interpretasi Hasil Penelitian

4.5.1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages*.

Penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pada hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H1 pada Uji Parsial (t), penelitian ini menemukan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 3.013 dengan signifikansi sebesar 0,003. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($3.013 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai t hitung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika profitabilitas naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,003, lebih kecil daripada 0,05, sehingga keputusan terhadap H0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan pada H1, sehingga H1 dalam penelitian ini diterima. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mardiyati (2012), Setiabudi dan Dian (2012), Rizqia dkk, (2013) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga ditinjau dari teori yang dikemukakan oleh Amirya dan Atmini (2007) dalam Lifessy (2011) bahwa profitabilitas adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini ingin menguji ulang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan periode yang berbeda. Hasilnya dapat disimpulkan bahwa telah sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka semakin banyak pengungkapan dari profitabilitas perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Adanya profitabilitas yang semakin baik meningkatkan reputasi dan nilai sebuah perusahaan sehingga hal tersebut dapat menarik minat investor atau adanya hubungan baik antara perusahaan dengan pihak luar, apalagi ditinjau bahwa pada tahun 2008 telah terjadinya krisis ekonomi di Amerika Serikat yang berimbas pada perekonomian negara berkembang dan hal ini juga mampu memberikan dampak baik untuk

kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka panjang dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan yang mana hal tersebut dilakukan dengan cara membuat suatu inovasi dan terus melakukan evaluasi strategi agar terciptanya provitabilitas yang baik yang akan berdampak juga terhadap nilai perusahaan yang baik.

4.5.2. Pengaruh Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages*.

Penelitian ini menggunakan pertumbuhan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pada Hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H2 pada Uji Parsial (t), penelitian ini menemukan adanya pengaruh antara pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H2 pada Uji Parsial (t), penelitian ini menemukan adanya pengaruh antara pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel pertumbuhan terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 2.189 dengan signifikansi sebesar 0,042. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($2.189 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan. Nilai t hutung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika pertumbuhan naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai signifikansi sebesar 0,042, lebih kecil daripada 0,05, sehingga keputusan terhadap H0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu H2, sehingga H2 dalam penelitia ini diterima. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Afrida (2008) menemukan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap perubahan harga saham, yang artinya bahwa informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham dan secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan. Persamaan hasil pada penelitian ini dikarenakan melihat dari pertumbuhan penjualan dan aset sehingga dapat mengukur seberapa besar pertumbuhan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, menunjukkan bahwa semakin perusahaan

mengalami pertumbuhan pada penjualan dan asetnya yang telah diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil dari H2 menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga hasil nilai perusahaan dengan perolehan saham dan respon positif dari investor akan meningkat sejalan dengan meningkatnya pertumbuhan perusahaan.

4.5.3. Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages*.

Penelitian ini menggunakan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pada Hipotesis 3 (H3) menyatakan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian terhadap H3 pada Uji Simultan (F), penelitian ini menemukan adanya pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki nilai F hitung sebesar 22,784 sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; df regresi = 2 : df residual = 7) adalah sebesar 4,74. Karena F hitung > F tabel yaitu $22,784 > 4,74$ atau nilai Sig. F ($0,049 < \alpha = 0.05$) maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas dan pertumbuhan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu H3, sehingga H3 dalam penelitian ini diterima. Penelitian ini mampu menunjukkan bukti adanya pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan secara bersamaan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2010) dan Afrida (2008) bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap nilai perusahaan, dikarenakan pengungkapan dari profit dan pertumbuhan penjualan serta aset perusahaan maksimal, sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dikarenakan nilai perusahaan yang baik. Investor dapat menimbangkan dalam suatu keputusannya melalui hasil profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Sehingga dengan meningkatnya nilai perusahaan yang ditinjau oleh profitabilitas dan

pertumbuhan perusahaan yang baik, maka investor siap untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut dan menjadikan signifikannya peningkatan nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 3.013 dengan signifikansi sebesar 0,003. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($3.013 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Nilai t hitung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika profitabilitas naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak profitabilitas perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan.
2. Penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis variabel pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki t hitung sebesar 2.189 dengan signifikansi sebesar 0,042. Nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu sebesar 1.860 ($2.189 > 1.860$), hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara pertumbuhan terhadap nilai perusahaan. Nilai t hitung positif berarti pengaruhnya positif, yaitu jika pertumbuhan naik maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pertumbuhan perusahaan dalam laporan tahunan maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan.
3. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis variabel profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki nilai F hitung sebesar 22,784 sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; df regresi = 2 ; df residual = 7) adalah sebesar 4,74. Karena F hitung $> F$ tabel yaitu $22,784 > 4,74$ atau nilai Sig. F ($0,049$) $< \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat

disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas dan pertumbuhan.

5.2. Saran

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan rentang periode penelitian yang lebih baru agar dapat memprediksi hasil penelitian untuk periode kedepannya.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan penambahan variabel dari profitabilitas dan pertumbuhan agar hasil penelitian bisa meluas.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menganalisis profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan yang lebih mendalam dari sumber – sumber yang lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muid, Moch. Ronni Noerirawan. 2012. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Akuntansi* Volume 1 No.2 Hal. 4
- Amirya, Mirna dan Atmini Sari. (2007). *Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang dimediasi oleh leverage sebagai variable intervening* : sebuah perspektif Pecking Order Theory. The 1 Accounting conference faculty of economic Universitas Indonesia, Depok 7-9 November 2007.
- Akhtar, Muhammad F, et. al. 2011. Factors Influencing the Profitability of Islamic Banks of Pakistan. *International Research Journal of Finance and Economics*.
- Brealey, Myers, Marcus. 2008. *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 5 Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Brigham, E.F. dan L.C. Gapenski. 2006. *Intermediate Financial Management*. 7th edition. Sea harbor Drive: The Dryden Press, New York.
- DJ, Alfredo Mahendra et, al. 2011. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating) Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. Tesis. Bali. Universitas Udayana.
- Eduardus, Tandelilin. 2001. *“Analisis Investasi dan Manajemen Risiko”*. Edisi Pertama. Yogyakarta:BPFE.

- Gitman, Lawrence. 2006. *Principles of Manajerial Finance*. United States: Pearson Addison Wesley.
- Halim, Abdul dan Supomo, 2005. *Akuntansi Manajemen*, Edisi 1, Cetakan Kesebelas, BPFE, Yogyakarta.
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis, Edisi kesatu*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lifessy. M. 2011. *Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Martalina, Lifessy. 2011. “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening”. Skripsi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Mardiyati, Umi, dkk. 2012. “Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2010”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1.
- Rizqia, D. A., dkk. 2013. “Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value”. *Research Journal of Finance and Accounting*. Vol. 4(11), hal 120-130.
- Sartono, Agus. 2001. “*Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*”. Edisi Empat. BPFE; Yogyakarta.
- Setiabudi, Andi, dan Dian Agustia. 2012. *Fundamental factors of firm value*. Journal of basic and applied scientific research.
- Susanti, Rika. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan *Go Public* yang *Listed* Tahun 2005-2008). Skripsi Universitas Dipenegoro.