

PAPER NAME

**2 FIX JURNAL KHOSNUL KHOTIMAH 20
1913048.pdf**

AUTHOR

Khosnul Khotimah

WORD COUNT

5727 Words

CHARACTER COUNT

39282 Characters

PAGE COUNT

18 Pages

FILE SIZE

617.4KB

SUBMISSION DATE

Jul 3, 2023 11:24 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 3, 2023 11:24 AM GMT+7**● 17% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 17% Internet database
- 0% Publications database

● Excluded from Similarity Report

- Crossref database
- Crossref Posted Content database

2
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
khosnul006@gmail.com
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

1 Ika Wahyuni
ika_wahyuni@unars.ac.id
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

Ida Subaida
ida_subaida@unars.ac.id
Universitas Abdurachman
Saleh Situbondo

ABSTRACT

Economic growth is a measure of a country's progress can be measured by the production sector. Food and beverage company growing rapidly at this time, because it is one of the needs of society in general, the more widespread expansion is expected to deliver contribution to society and the company.. The purpose of this research is to analyze and test the influence Growth Opportunity and Firm size Against Company Value in Food and Beverage Sub-Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange With Profitability as an Intervening Variable for the 2018-2021 Period. The population in this study are food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2021 period. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis and hypothesis testing in this study used the Structural Equation Model - Partial Least Square (PLS-SEM).

The results of the direct influence hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application, show that Growth Opportunity positive significant effect on Profitability, Firm size positive but not significant effect on Profitability, Growth opportunity negative but not significant effect on firm value, Firm size has a significant positive effect on firm value, Profitability has a significant positive effect on firm value, Growth opportunity positive significant effect on firm value through profitability, Firm size has a positive but not significant effect on company value through profitability.

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

I. 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 penyimpanan 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 tinggi kebutuhan modal masa depan, semakin besar kemungkinan perusahaan akan mempertahankan laba daripada membagikannya 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) menyatakan bahwa “*Enterprise value* adalah suatu kondisi tertentu yang dicapai suatu perusahaan sebagai contoh kepercayaan masyarakat terhadap suatu 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. Ketika sebuah perusahaan telah mencapai hasil yang baik, 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 yaitu rasio yang menilai profitabilitas suatu perusahaan” (Kasmir, 2015:196). Hery (2016:192) menjelaskan bahwa “Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari operasi bisnis normalnya”. 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%).

3 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.

22 Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh *Growth Opportunity* Dan *Firm Size* Terhadap 2 Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening 2018-2021.

II. 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 mengungkapkan kondisi keuangan akhir perusahaan selama periode tertentu atau pada titik 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 yang membutuhkan investor dan pemberi pinjaman untuk memberikan informasi yang berguna untuk membuat keputusan investasi dan kredit.” Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2010: 2), “Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi yang berguna tentang posisi keuangan, kinerja, dan arus kas perusahaan kepada mayoritas pengguna laporan yang andal.”

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 neaca 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. Rasio ini dapat diukur menggunakan rumus : Indasari dan Yadnyana (2018:730)

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

Keterangan :

Total aset t : Total aset yang dimiliki perusahaan

selama periode berjalan.
 Total aset $t-1$: Total aset yang dimiliki perusahaan pada periode sebelumnya.

Firm Size

Riyanto (2011:19) menyatakan bahwa “Menurut total aset, pendapatan, dan penjualan rata-rata, ukuran bisnis disebut sebagai "ukuran perusahaan" atau "ukuran perusahaan". 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”. Rumus perhitungan *Firm size* menurut Harmono (2013:282), yaitu:

$$Firm\ Size^8 = Ln (Total\ Aset)$$

Keterangan :

Firm Size : Indikator yang digunakan untuk mengukur *firm size* atau ukuran perusahaan.

Total aset⁸ : Jumlah aset lancar dan aset tetap.

Ln TA¹³ : *Balance Sheet*, atau logaritma natural dari total aset.

Profitabilitas

Profitabilitas didefinisikan menurut Kasmir (2014:196) ²⁷ “Merupakan rasio untuk menilai profitabilitas suatu perusahaan”. Menurut Hery (2016:192), “Rasio profitabilitas mengukur kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari operasi bisnis rutinnya.”. Proyeksi yang digunakan yaitu *Return On Asset*. *Return On Asset* adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan untuk setiap rupiah aset yang digunakan. Rasio ini dapat diukur menggunakan rumus : Kasmir (2014:196).

$$ROA^{19} = \frac{Laba\ bersih}{Total\ aset}$$

Keterangan :

Laba bersih : Laba bersih dalam hal ini adalah laba setelah pajak atau *earning after tax*

Total aset : Total aset yang dimiliki oleh perusahaan

Nilai Perusahaan

Harmono (2017:233) menyatakan bahwa “Harga saham ditentukan oleh keseimbangan antara penawaran dan permintaan di pasar saham dan mencerminkan bagaimana publik memandang operasi perusahaan, yang menunjukkan nilai 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).

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

Keterangan :
 Laba Bersih : Laporan laba rugi menunjukkan kelebihan dari semua pendapatan atas semua biaya untuk periode tertentu, setelah

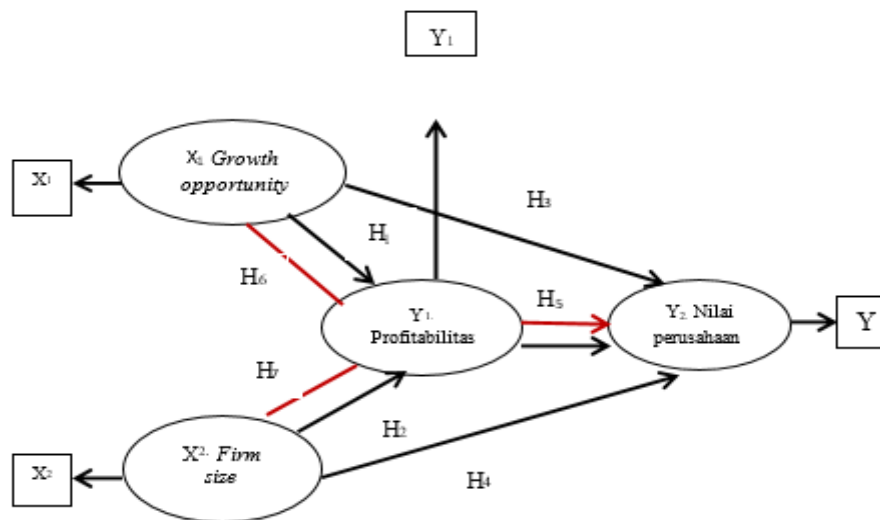
dikurangi pajak penghasilan.

Jumlah Saham Beredar : Proporsi saham yang

diterbitkan dari suatu perusahaan yang berstatus perusahaan perseorangan atau pemegang saham institusional.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dari penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis dapat disusun sebagai berikut :

- H₁ : *Growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap *Return on asset*.
- H₂ : *Firm size* berpengaruh signifikan terhadap *Return on asset*.
- H₃ : *Growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan

- H₄ : *Firm size* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H₅ : *Return on asset* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H₆ : *Growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui *Return on asset*.

H₇ : *Firm size* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui *Return on asset*.

III. 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 hakekatnya adalah pendekatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang valid yang bertujuan untuk menemukan, mendemonstrasikan, dan mengembangkan pengetahuan yang dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengidentifikasi masalah.”

Penulis menggunakan strategi kuantitatif dan metodologi penelitian deskriptif. Teknik deskriptif, yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mencirikannya sebagai sesuatu yang dikumpulkan tanpa tujuan untuk menarik generalisasi atau kesimpulan” (Sugiyono, 2015:147).

Sugiyono (2015:13) berpendapat bahwa Metode kuantitatif adalah strategi penelitian berbasis positifis yang melibatkan pengujian populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan melakukan analisis kuantitatif atau statistik untuk mendukung 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. Objek penelitian ini adalah pada perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2021.

Populasi dan Sampel

Populasi berdasarkan pada Sugiyono (2015:80) “Bidang generalisasi terdiri dari hal-hal atau pokok bahasan yang memanfaatkan ciri-ciri tertentu, dan peneliti menerapkan ciri-ciri tersebut pada studinya sebelum menarik kesimpulan.” 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 adalah bagian dari portofolio makanan dan minuman BEI tahun 2018-2021. *Purposive sampling* digunakan sebagai metode pengambilan sampel dalam penelitian ini. “*Purpose sampling* adalah metode pengambilan sampel yang mempertimbangkan sumber informasi tertentu” (Sugiyono, 2015:218).

Kriteria-kriteria perusahaan makanan dan minuman yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang memiliki data

keuangan lengkap periode 2018-2021.

b. Perusahaan yang mengalami laba selama periode 2018-2021.

3 c. Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2018-2021, yang memiliki total aset lebih dari Rp.700.000.000.000.

Identifikasi Variabel

Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *Growth opportunity* (X_1). Indasari dan Yadnyana (2018:730) mengemukakan bahwa "*Growth opportunity* adalah peluang perusahaan untuk berkembang di masa depan. 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 "Saat menentukan ukuran perusahaan, seseorang mungkin menggunakan total aset perusahaan atau nilai *illogarithmic* dari aset tersebut untuk menentukan ukuran bisnis."

Variabel Mediasi (*Intervening Variable*)

Variabel mediasi (*Intervening Variable*) dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan produksinya. 4 Dalam penelitian ini profitabilitas diukur

dengan menggunakan metode *Return On Assets*. Kasmir (2014: 196) menyatakan bahwa "Pengembalian aset adalah statistik yang mengukur seberapa baik perusahaan mampu mengkapitalisasi setiap investasi modal."

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini variabel terikat (*Dependent Variable*) menggunakan Nilai perusahaan, yaitu gambaran perusahaan yang tercermin dalam 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

kepastakaan ilmiah tertentu”. Literatur dapat diperoleh dari buku, tesis, majalah dan internet.

Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329), “Dengan menggunakan arsip, catatan, dokumentasi, gambar, gambar tertulis, laporan, dan sumber pendukung penelitian lainnya, seseorang dapat mengumpulkan pengetahuan dan informasi melalui penelitian dokumenter.” Informasi ini adalah informasi sekunder yang diambil dari laporan tahunan perusahaan makanan dan minuman Indonesia dari situs resmi BEI 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)*.

IV. 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 YAITU 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 merupakan data sekunder yang diperoleh dari website BEI yaitu www.idx.co.id.

Asumsi Klasik Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinieritas menurut Ghozali (2018:108) adalah "Menguji apakah korelasi tinggi atau cukup ditemukan antara variabel independen dalam model regresi." Apabila nilai VIF ≤ 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 Ghozali (2018:110) “menentukan apakah residual atau irvariable irvariable dalam model i-irregression memiliki distribusi yang tidak teratur”. 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 “Kemampuan model resultan untuk menjelaskan variansi variabel independen diukur dengan koefisien determinasi (R^2). Antara nol dan satu adalah nilai koefisien determinasi

(R²). Nilai R² yang rendah menunjukkan bahwa hampir semua data yang saya butuhkan untuk membuat prediksi tentang variabel independen disediakan oleh variabel independen.

Hasil dalam penelitian ini ,yaitu:

- a. Variabel *Growth opportunity* (X₁) dan *Firm size* (X₂) mempengaruhi Pofitabilitas (Y₁) sebesar 0,182 (18,2%) dengan pengaruh sangat rendah, sedangkan sisanya 81,8 % dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- b. Variabel *Growth opportunity* (X₁) dan *Firm size* (X₂) mempengaruhi Nilai perusahaan (Y₂) sebesar 0,332 (33,2%) dengan pengaruh rendah, sedangkan sisanya 66,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

dibuat persamaan structural sebagai berikut:

- a. Persamaan Struktural (*Inner Model*)

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

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$= 0,418 X_1 + 0,127 X_2 + e$$

$$Y_2 = b_3X_1 + b_4X_2 + e$$

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

$$Y_2 = b_5Y_1 + e$$

$$= 0,513 Y_1 + e$$

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

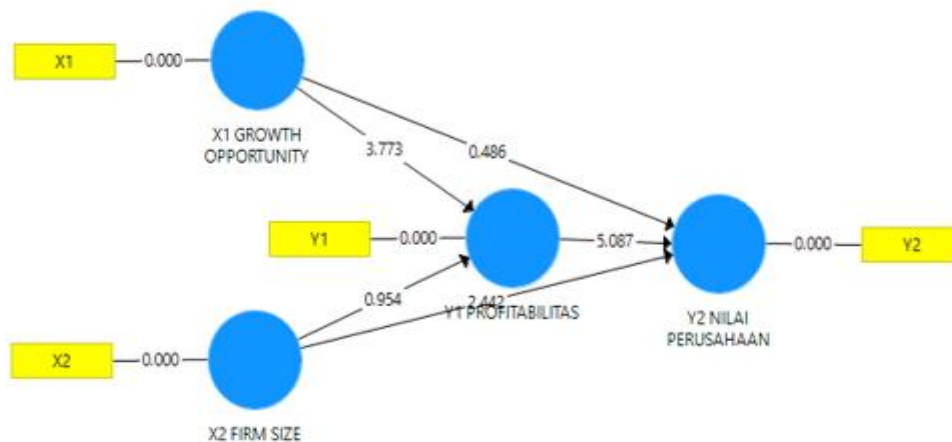
Hasil persamaan structural dengan menggunakan variabel intervening sebagai berikut :

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

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

Analisis Persamaan Struktural

Hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis Smart PLS (*Partial Least Partial*), selanjutnya



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

5 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* adalah peluang pertumbuhan masa depan perusahaan. 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 peluang pertumbuhan yang tinggi, maka 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 potensi pertumbuhan yang baik juga memiliki profitabilitas yang tinggi. Semakin besar potensi pertumbuhan, semakin baik profitabilitas perusahaan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Ratnasari (2018) yang menemukan bahwa *Growth Opportunity* secara signifikan meningkatkan Profitability.

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 besarnya neraca perusahaan menunjukkan bahwa semakin tinggi aset yang dimiliki perusahaan pada neraca maka perusahaan tersebut tergolong perusahaan besar. Namun, perusahaan dengan aset besar mungkin tidak menghasilkan laba operasi tertinggi, dan perusahaan dengan aset kecil mungkin tidak menghasilkan laba berdasarkan aset yang relatif kecil. Hal ini membantah temuan studi sebelumnya oleh Maria (2019), yang menemukan bahwa ukuran bisnis memiliki dampak merugikan yang cukup besar terhadap profitabilitas. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Agape (2018), yang menemukan bahwa ukuran bisnis memiliki dampak positif namun marginal 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 membantah temuan penelitian sebelumnya oleh Oktavia (2019), yang menemukan bahwa potensi *Growth* berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Harfiani yang diterbitkan pada tahun 2021, yang menemukan bahwa *Growth Opportunity* memiliki dampak yang kecil namun tidak menguntungkan 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 jumlah total aset yang dimiliki

oleh perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan semakin mudahnya perusahaan yang tumbuh cepat untuk mengakses pasar modal, karena meningkatkan minat investor untuk berinvestasi. Jawaban yang baik ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan Novelia (2020), Skholekhah (2021) dan Wahyuni et.al (2022), yang studinya menemukan bahwa ukuran perusahaan meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

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 profitabilitasnya setiap tahun diminati banyak investor. Investor mempercayai perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi. Para pemimpin bisnis memanfaatkan keadaan ini untuk memperoleh sumber modal berupa saham. Pengaruh positif nilai

perusahaan merupakan peluang yang baik bagi perusahaan untuk menarik investor. Karena profitabilitas merupakan ukuran terpenting suatu perusahaan, dimana semakin tinggi rasionya maka semakin tinggi keuntungan perusahaan tersebut. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Novelia (2020) dan Rosiva (2022), yang menemukan bahwa profitabilitas meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

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 potensi pertumbuhan yang baik dapat memberikan keyakinan kepada investor bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang menguntungkan di masa depan. 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. ²⁵ Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian oleh Oktavia (2019) dan Ratnasari (2018), keduanya menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* memiliki dampak menguntungkan yang kuat terhadap nilai Perusahaan melalui Profitability

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 *Retun On Asset* tidak berpengaruh terhadap Nilai perusahaan. ² Besar kecilnya pertumbuhan perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan perkembangan yang baik, namun pertumbuhan dan ukuran perusahaan belum tentu memberikan sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan.. Hal ini membantah temuan penelitian sebelumnya oleh Maria (2019) dan Novelia (2020), yang menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak

merugikan yang besar terhadap profitabilitasnya. Temuan penelitian ini konsisten dengan Novitasari (2021) dan Harfiani (2021), yang penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran bisnis memiliki dampak yang menguntungkan tetapi tidak substansial terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas

V. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Temuan umum ¹⁸ penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut berdasarkan hasil analisis dan perdebatan yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya:

- ² 1. *Growth opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas (H_1 diterima)
- Firm size* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Profitabilitas (H_2 ditolak)
- ² 3. *Growth opportunity* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_3 ditolak)
- ² 4. *Firm size* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan (H_4 diterima)
- ² 5. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan (H_5 diterima)
- ² 6. *Growth opportunity* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas (H_6 diterima)
- Firm size* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas (H_7 ditolak)

Saran

15
Beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan sebagai bahan kajian bagi peneliti selanjutnya dapat dibuat berdasarkan temuan dari kesimpulan yang telah dibahas di atas. Rekomendasinya 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

masuk 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 Scored*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hery. 2017. *Analisis Laporan Keuangan (Intergrated and Comprehensif 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 Governance Dan Kebijakan Perusahaan)*. Surabaya : Scorpio.
- 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 Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di LQ45. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Volume (1). No.9.
- Riyanto . 2015. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*, Ed 4. Yogyakarta : BPF.
- Rosiva, M., Wahyuni, I., Subaida, I., 2022. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Volume (1). No.2.
- Sartono, A. 2015. *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi*. Edisi 4. Yogyakarta : BPF.
- 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.

● **17% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 17% Internet database
- 0% Publications database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	unars.ac.id Internet	5%
2	journal.unismuh.ac.id Internet	4%
3	jurnal.buddhidharma.ac.id Internet	1%
4	jurnal.unpand.ac.id Internet	<1%
5	online-journal.unja.ac.id Internet	<1%
6	vdocuments.net Internet	<1%
7	ojs.stiem-bongaya.ac.id Internet	<1%
8	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet	<1%
9	journal.uinjkt.ac.id Internet	<1%

10	jurnal.umj.ac.id Internet	<1%
11	repository.upstegal.ac.id Internet	<1%
12	core.ac.uk Internet	<1%
13	ojp.gov Internet	<1%
14	docobook.com Internet	<1%
15	repository.upi.edu Internet	<1%
16	jurnal.unai.edu Internet	<1%
17	researchgate.net Internet	<1%
18	ojs.unanda.ac.id Internet	<1%
19	id.123dok.com Internet	<1%
20	theses.uin-malang.ac.id Internet	<1%
21	ojs.umsida.ac.id Internet	<1%

22	wisuda.unissula.ac.id	<1%
	Internet	
23	online-journal.unja.ac.id	<1%
	Internet	
24	scribd.com	<1%
	Internet	
25	idoc.pub	<1%
	Internet	
26	repository.upnvj.ac.id	<1%
	Internet	
27	repository.radenintan.ac.id	<1%
	Internet	