

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS,
UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN
PERUSAHAAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Makanan
dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat S-1**



Disusun oleh:
Ferdan Rizki Dwi Jatmiko
NPM. 15.0102.0189

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS,
UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN
PERUSAHAAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Makanan
dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**



Disusun oleh:
Ferdan Rizki Dwi Jatmiko
NPM. 15.0102.0189

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ferdan Rizki Dwijatmiko

NPM : 15.0102.0189

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, UKURAN
PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur disektor Makanan dan
Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaanya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 14 Februari 2020
Pembuat pernyataan



Ferdan Rizki Dwijatmiko
NPM 15.0102.0189

RIWAYAT HIDUP

Nama : Ferdan Rizki Dwijatmiko
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Magelang, 9 Februari 1996
Agama : Islam
Status : Belum menikah
Alamat Rumah : Saragan Mertoyudan Magelang
Alamat Email : Ferdan_saveiro@yahoo.co.id

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar (2002-2008) : SD N Cacaban 3 Magelang
SMP (2008-2011) : SMP N 8 Magelang
SMA (2011-2014) : SMA N 1 Mertoyudan
Perguruan Tinggi (2015-2020) : S1 Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang

Pendidikan Non Formal :

- Pelatihan Dasar Keterampilan Komputer di UPT Pusat Komputer UMMagelang.
- *Basic Learning and Speaking Course* di UMMagelang Language Center.

Magelang, 14 Februari 2020
Peneliti



Ferdan Rizki Dwijatmiko
NPM:15.0102.0189

MOTTO

*“Ilmu tanpa amal bagaikan pohon tak berbuah”
(Al Mahfudzhat)*

*“Bila kau tak tahan lelahnya belajar, maka kau harus tahan menanggung perihnya
kebodohan”
(Imam Syafi’i)*

*“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu
sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang
yang bersabar”
(QS. Al-Baqarah: 153)*

*“Dan bersabarlah! Dan Sesungguhnya Allah beserta orang-orang
yang sabar”
(QS. Al Anfal: 46)*

*“Jangan pergi di waktu luangnya, sehingga dia merasakan manisnya waktu
kosong dan membuatnya terbiasa dengannya”
(Harun Ar Rasyid)*

*“Seorang pebisnis yang jujur lagi amanah, maka ia akan bersama para nabi,
shiddiqin dan syuhada”
(HR Tirmidzi)*

*“Kekayaan yang hakiki bukanlah dengan banyanya harta. Namun kekayaan yang
hakiki adalah hati yang selalu merasa cukup”
(HR Bukhori Muslim)*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018)**”. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Suliswiyadi, Mag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ibu Dra. Marlina Kurnia, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Bapak Dr. Wawan Satdyo Nugroho, SE., M.Si., Ak., C.A. selaku Ketua Program Studi Akuntansi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta nasehat-nasehatnya sehingga skripsi dapat terselesaikan.
4. Ibu Nur Laila Yuliani, SE., M.Sc., AK selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta nasehat-nasehatnya sehingga skripsi dapat terselesaikan.
5. Bapak Barkah Susanto, SE., M.Sc., AK selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, bimbingan, kritik, dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi di Universitas Muhammadiyah Magelang.
7. Bapak, Ibu, Kakak yang tak lupa memberikan dorongan baik moril maupun materiil serta doa yang selalu panjatkan kepada Allah SWT.
8. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah membantu, mendukung, memotivasi, dan menginspirasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Magelang, 14 Februari 2020
Peneliti



Ferdan Rizki Dwijatmiko
NPM:15.0102.0189

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan Keaslian.....	iii
Halaman Riwayat Hidup	iv
Motto	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Teori Sinyal	14
2. Nilai Perusahaan.....	15
3. Struktur Modal.....	16
4. Profitabilitas	17
5. Ukuran Perusahaan.....	19
6. Pertumbuhan Perusahaan.....	20
B. Penelitian terdahulu.....	21
C. Pengembangan Hipotesis	24
D. Modal penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis penelitian.....	33
B. Populasi dan sampel.....	33
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
D. Metode Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Sampel Penelitian.....	42
B. Statistik Deskriptif	42
C. Uji Asumsi Klasik	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Multikolonieritas	46
3. Uji Autokorelasi	47
4. Uji Heteroskedastisitas	47
D. Analisis Regresi Linier Berganda	49

E. Uji Hipotesis.....	50
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
2. Uji Statistik F (<i>Goodness of Fit</i>)	51
3. Uji Statistik t.....	52
F. Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Keterbatasan Penelitian.....	63
C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1 Seleksi Sampel	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.3 Uji Normalitas.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	46
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi.....	47
Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Regresi	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik F.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai PDB Berdasarkan Industri 2014-2018 (Miliar Rupiah)	8
Gambar 2 1 Model pengembangan	32
Gambar 3.1 Uji F.....	39
Gambar 3.2 Penerimaan Hipotesis Positif	40
Gambar 3.3 Penerimaan Hipotesis Negatif.....	41
Gambar 4.1 Nilai Kritis Uji F	52
Gambar 4.2 Perbandingan t hitung Dan t tabel Struktur Modal	53
Gambar 4 3 Perbandingan t hitung dan t tabel Profitabilitas	53
Gambar 4.4 Perbandingan t hitung dan t tabel Ukuran perusahaan.....	54
Gambar 4.5 Perbandingan t hitung dan t tabel Pertumbuhan Perusahaan	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI 2014-2015	70
Lampiran 2 Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang dikriteria.	71
Lampiran 3 Data perhitungan variabel struktur modal	72
Lampiran 4 Perhitungan variable profitabilitas.....	74
Lampiran 5 Perhitunan vaeriabel ukuran perusahaan	76
Lampiran 6 Perhitungan variable pertumbuhan perusahaan	78
Lampiran 7 Perhitungan variabel nilai perusahaan	80
Lampiran 8 data tabulasi variabel penelitian	82
Lampiran 9 Uji statistik deskriptif	84
Lampiran 10 Uji normalitas	85
Lampiran 11 Uji multikolonieritas.....	86
Lampiran 12 Uji autokorelasi.....	87
Lampiran 13 Uji heteroskedastisitas	88
Lampiran 14 Analisis linier berganda	89
Lampiran 15 Tabel DW	90
Lampiran 16 Table f.....	91

ABSTRAK

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur disektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018)**

Oleh :
Ferdan Rizki Dwijatmiko

Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Harga saham terbentuk atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham tersebut dapat dijadikan proksi nilai perusahaan. ketika nilai perusahaan tinggi, maka investor akan memandang kinerja perusahaan tersebut baik dan investor bisa berinvestasi atau menanamkan modalnya serta mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dengan periode penelitian selama 5 tahun dari tahun 2014-2018 diperoleh sampel sebanyak 50 perusahaan. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : Nilai perusahaan, Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan *go public* pada umumnya didirikan dengan maksud dan tujuan tertentu. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu untuk memperoleh laba atau mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan menggunakan sumber daya yang ada. Sedangkan tujuan jangka panjang suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan (Irayanti dan Tumbel, 2014). Nilai perusahaan adalah nilai atau jumlah uang yang akan diterima apabila perusahaan tersebut dijual (Sadalia, 2010). Bagi investor, nilai perusahaan menunjukkan pandangan akan prestasi perusahaan dalam mengelola sumber daya yang ada. Semakin banyak investor membeli saham perusahaan maka harga saham akan meningkat sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat.

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Nilai perusahaan yang telah *go public* dapat dilihat dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut (Suharli, 2006). Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan didirikan sampai saat ini. Sehingga nilai perusahaan yang tinggi

akan membuat rasa percaya investor akan meningkat, baik kinerja saat ini atau dimasa yang akan datang.

Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk menilai kinerja perusahaan di masa yang akan datang, nilai perusahaan ini sering dikaitkan dengan harga saham (Wijaya dan Sedana, 2015). Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rasio *price to book value* (PBV). *Price to book value* (PBV) adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Brigham dan Huston, 2001). Semakin tinggi PBV maka akan semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dari para pemegang saham yang merupakan tujuan utama suatu perusahaan. Rasio PBV dapat digunakan untuk semua jenis perusahaan sebab nilai buku dapat menjadikan ukuran yang rasional untuk menilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan empat faktor yang akan diteliti pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Keempat faktor tersebut adalah struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan. Empat faktor tersebut merupakan faktor internal perusahaan, kondisi internal perusahaan menggambarkan pengelolaan keuangan perusahaan. Selain itu adanya hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga menarik untuk diuji kembali pengaruh struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal merupakan bauran dari segenap sumber

pembelanjaan jangka panjang (utang jangka panjang, saham preferen, dan ekuitas saham biasa) yang digunakan perusahaan (Warsono, 2003). Penambahan modal yang dilakukan oleh perusahaan akan memperkuat struktur modal perusahaan tersebut, dengan adanya kegiatan tersebut akan meningkatkan kemampuan entitas anak tersebut untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang, sehingga secara langsung akan memberikan dampak positif terhadap perseroan.

Sumber-sumber pembiayaan yang ada akan digunakan perusahaan dalam kegiatan operasional, membiayai aset, dan pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga manajer harus mampu menentukan kebijakan struktur modal yang baik bagi perusahaan. Kebijakan struktur modal yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak pada kemampuan perusahaan untuk mengelola modalnya, dengan pengelolaan modal yang baik oleh perusahaan maka akan berdampak pada meningkatnya keuntungan perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat. Struktur modal dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER). Penggunaan DER dikarenakan rasio ini dapat menunjukkan perimbangan antara utang dengan modal sendiri sehingga dapat menjadikan informasi yang diperlukan investor.

Penelitian Manoppo dan Arie (2016) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa ditunjukkan oleh penelitian Lubis *et al.* (2017) yang juga menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian

Susanti (2016) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, hasil tersebut didukung oleh penelitian Dhani dan Utama (2017) dan Gede dan Artini (2019) bahwa struktur modal berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan indikator yang dapat digunakan untuk menilai sebuah perusahaan, menunjukkan efektivitas sebuah perusahaan, serta memperlihatkan bagaimana manajemen perusahaan mengelola sumber daya yang dimiliki (Hestinoviana *et al.*, 2013). Indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan, sejalan dengan tujuan investor untuk berinvestasi, yaitu memperoleh keuntungan (Meidiawati *et al.*, 2016). Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan, profitabilitas yang tinggi akan memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat (Nurhayati, 2013). Profitabilitas diukur menggunakan *return on equity* (ROE). Penggunaan ROE dalam penelitian ini dikarenakan ROE dapat menunjukkan efektivitas manajemen suatu perusahaan sehingga dapat menunjukkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian oleh Manoppo dan Arie (2016) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dhani dan Utama (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif

dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, penelitian dari Susanti (2016) memperoleh hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut dikarenakan dengan pencapaian laba yang tinggi akan mengindikasikan perusahaan akan membagikan dividen, profitabilitas yang meningkat akan berdampak pada meningkatnya harga saham. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Putri (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROE memperoleh hasil profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. ukuran perusahaan merupakan faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan (Meidiawati *et al.*, 2016). Ukuran perusahaan mencakup besar kecilnya sebuah perusahaan yang diperlihatkan oleh aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan total aset rata-rata. Besar kecilnya ukuran perusahaan juga akan mempengaruhi perusahaan dalam kemudahan perolehan dana dari pasar modal, serta akan mempengaruhi kekuatan dari perusahaan dalam melakukan proses tawar-menawar di dalam kontrak keuangan antar perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar dan terus tumbuh bisa menggambarkan tingkat profit mendatang, kemudahan pembiayaan sehingga mempengaruhi nilai perusahaan dan menjadi informasi yang baik bagi investor (Prasetia *et al.*, 2014). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan total aset dengan tujuan mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Total aset harus dihitung dengan logaritma natural (Ln) karena total aset perusahaan pada umumnya berjumlah

milyaran sampai triliyunan sedangkan variabel lainnya dalam satuan persentase (Putra dan Lestari, 2016).

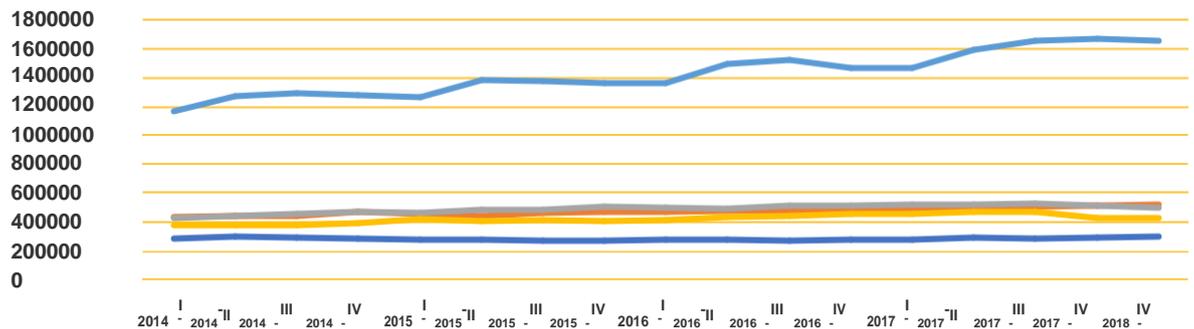
Mustofa *et al.* (2016) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Novari dan Lestari (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Martini *et al.* (2014), Rizqia *et al.* (2013) dan Siahaan (2011) yang menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian dari Gede dan Artini (2019) serta Lumoly *et al.* (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Pantow *et al.* (2015) juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat dalam penelitian ini adalah pertumbuhan perusahaan. Nilai perusahaan ini dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham. Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Dhani dan Utama, 2017). Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pementapan posisi di era persaingan, menikmati penjualan yang meningkat secara signifikan dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Perusahaan

yang tumbuh cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh sehingga dengan adanya pertumbuhan perusahaan juga akan meningkatkan nilai perusahaan dan investor akan memberikan penilaian yang lebih atas prestasi yang diperoleh perusahaan.

Penelitian Dhani dan Utama (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa ditunjukkan oleh penelitian Suryandani (2018) yang juga menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Alvianto (2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, hasil tersebut didukung oleh penelitian Suwardika dan Mustanda (2017) bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor unggulan dari sector manufaktur Indonesia. Tingginya nilai dari industri makanan dan minuman menyebabkan sector ini berkontribusi besar terhadap PDB dari Indonesia.



Sumber: BPS 2018

- Industri Makanan dan Minuman
- Industry alat angkut
- Industry barang logam; computer, barang elektronik, optic; dan peralatan listrik
- Industry kimia, farmasi dan obat tradisional
- Industry tekstil dan pakaian jadi

Gambar 1.1
Nilai PDB Berdasarkan Industri 2014-2018 (Miliar Rupiah)

Gambar 1.1 menunjukkan Nilai dari Industri makanan dan minuman menunjukkan tren yang meningkat dari tahun 2014 sampai tahun 2018. Pada tahun 2014, nilai dari industri makanan telah mencapai 117 triliun rupiah dan di tahun 2018, sektor industri makanan dan minuman telah meningkat dan mencapai 165 triliun rupiah.

Kenaikan dari sector Makanan dan minuman, penulis menyoroti PDB perusahaan manufaktur yang mengalami kenaikan dari tahun 2014 hingga 2018. Hal ini mengindikasikan bawa semakin naiknya respon pasar terhadap sector manufaktur, dari hal ini tercermin juga semakin menguatnya penjualan atau pertumbuhan manufaktur. Dari tabel diatas juga dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya PDB perusahaan manufaktur mengindikasikan bahwa terdapat menguatnya nilai saham. Jadi dapat disimpulkan bahwa, jika PDB

naik maka nilai perusahaan akan naik, begitupun sebaliknya. Jika harga turun maka nilai perusahaan juga turun.

Selain itu rasio pasar juga sering kali digunakan oleh investor dalam menganalisis suatu saham. Rasio pasar seperti *Price Book Value* yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku saham paling sering digunakan oleh investor karena melalui rasio ini investor dapat mengetahui seberapa besar pasar percaya terhadap prospek perusahaan kedepannya (Darmadji, 2006). Apabila nilai *Price Book Value* tinggi berarti mencerminkan pasar semakin percaya dengan prospek perusahaan kedepannya.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Manoppo dan Arie (2016). Dengan Persamaan, penelitian ini menggunakan semua variabel dan dengan perbedaan **pertama**, menambah variabel pertumbuhan perusahaan yang diadopsi dari penelitiannya Dhani dan Utama (2017). Menambah variabel pertumbuhan perusahaan ini dikarenakan pertumbuhan perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Darmadji, 2006). Semakin besar pertumbuhan perusahaan atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal sehingga pertumbuhan perusahaan yang besar dapat mencerminkan tingkat profit yang akan mendatang, kemudahan dalam pembiayaan ini dapat mempengaruhi nilai sebuah perusahaan dan menjadi informasi baik bagi calon investor dan kinerja perusahaan akan semakin baik. **Kedua**, menggunakan sektor makanan dan

minuman karena pada sektor makanan dan minuman pada PDB mengalami peningkatan berturut-turut selama lima tahun sehingga peneliti tertarik meneliti pada sektor makanan dan minuman. **Ketiga**, periode yang digunakan adalah tahun 2014-2018, yang sebelumnya menggunakan periode tahun 2011-2014 karena penelitian ini diharapkan menghasilkan penelitian yang *up to date* dalam mengetahui nilai perusahaan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh struktur modal terhadap Nilai perusahaan.
2. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap Nilai perusahaan.
3. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan.
4. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap Nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur untuk pengembangan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan.

2. Kontribusi Praktis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menganalisis keputusan investasi, untuk menentukan keputusan apakah investor tersebut akan berinvestasi diperusahaan dengan mempertimbangkan kebijakan deviden dengan faktor-faktor yang berpengaruh. Memberikan informasi dan kontribusi serta menambah literatur mengenai apa saja yang dapat mempengaruhi efektivitas penggunaan sistem informasi akuntansi.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan kemudahan dalam pembahasan permasalahan yang ada. Berkaitan dengan hal tersebut, sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bagian, yaitu:

BAB I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah yaitu landasan pemikiran secara garis besar, baik secara teoritis dan fakta serta pengamatan yang menimbulkan minat dan penting untuk dilakukan penelitian. Perumusan masalah adalah pertanyaan tentang keadaan, fenomena dan atau konsep yang memerlukan pemecahan dan memerlukan jawaban melalui suatu penelitian dan pemikiran

mendalam dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan alat-alat yang relevan. Tujuan penelitian dan kontribusi penelitian bagi pihak-pihak yang terkait. Sistematika pembahasan merupakan bagian yang mencakup uraian ringkas dan materi yang dibahas setiap bab.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Perumusan Hipotesis, berisi tentang landasan teori mengenai teori yang melandasi penelitian ini, dan menjadi acuan teori dalam analisis penelitian. Penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang merupakan permasalahan yang akan diteliti. Perumusan hipotesis adalah dugaan sementara yang disimpulkan dari landasan teori dan penelitian terdahulu, serta merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.

BAB III Metode Penelitian, berisi variabel penelitian dan definisi operasional penelitian yaitu tentang deskripsi tentang variabel-variabel dalam penelitian yang didefinisikan secara jelas, penentuan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dan metode analisis merupakan deskripsi tentang jenis atau model analisis dan mekanisme alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, berisi deskripsi objek penelitian, analisis data yang dikaitkan dengan analisis statistik deskriptif dan analisis model regresi dan interpretasi hasil sesuai dengan teknik analisis

yang digunakan, termasuk didalamnya dasar pembenaran dan perbandingan dengan penelitian terdahulu.

BAB V Kesimpulan, berisi penyajian secara singkat apa yang telah diperoleh dan pembahasan interpretasi hasil, keterbatasan penelitian yang menguraikan tentang kelemahan, dan kekurangan yang ditemukan setelah dilakukan analisis dan interpretasi hasil dan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Teori Sinyal

Teori sinyal dikembangkan oleh Ross (1997) yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapatkan respon yang baik pula. Dalam membangun teori sinyal berdasarkan adanya informasi asimetris antara informasi dari perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana investor mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih sedikit dan lebih lambat dibandingkan dengan pihak manajemen. Hal baik yang ingin disampaikan perusahaan akan dilakukan secepat mungkin untuk mendapatkan respon pasar. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk menyelesaikan keinginan pemilik. Informasi yang positif dan dapat dipercaya akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang sehingga dapat meningkatkan kredibilitas dan kesuksesan perusahaan.

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor maupun calon investor dalam mengambil keputusan. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan mengurangi informasi asimetris, dengan memberikan sinyal kepada pihak luar berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya sehingga dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang.

Dibutuhkan informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu yang akan mendukung investor dalam mengambil keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Pada signaling theory, manajemen berharap dapat memberikan sinyal kemakmuran kepada pemilik ataupun pemegang saham dalam menyajikan informasi keuangan. Publikasi laporan keuangan tahunan yang disajikan oleh perusahaan akan dapat memberikan sinyal pertumbuhan dividen maupun perkembangan harga saham perusahaan.

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan atau juga disebut dengan nilai pasar perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2013). Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Nilai pasar adalah harga saham yang terjadi di pasar bursa dan ditentukan oleh pelaku pasar pada saat tertentu. Harga saham selalu mengalami perubahan setiap harinya bahkan setiap detik harga saham dapat berubah. Oleh karena itu, pelaku pasar harus mampu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham.

Bagi pengusaha untuk masuk dan membuat kontrak dengan pekerja dan para pemilik modal, tanah dan sumber daya lain untuk setiap tahap produksi dan distribusi yang terpisah. Sebaliknya, pengusaha biasanya masuk dalam kontrak yang besardan berjangka panjang dengan tenaga kerja untuk mengerjakan berbagaitugas dengan upah tertentu dan

berbagai tunjangan lain. Sebaliknya perusahaan berusaha untuk menghemat biaya transaksi semacam itu. Dengan menginternalisasi berbagai transaksi, perusahaan juga dapat menghemat pajak penjualan dan menghindari kontrol harga dan peraturan pemerintah yang berlaku hanya untuk transaksi antar perusahaan.

Manajer keuangan dalam mengambil keputusan keuangan perlu menentukan tujuan yang harus dicapai. Keputusan yang tepat dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga mampu meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan. Nilai perusahaan sendiri merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli perusahaan apabila perusahaan tersebut dijual. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada hargapenutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saatsaham diperdagangkan di pasar.

3. Struktur Modal

Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Hutang jangka panjang merupakan salah satu dari bentuk pembiayaan jangka panjang yang memiliki jatuh tempo lebih dari satu tahun (Riyanto, 2008). Mengukur besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai oleh kreditur (debt ratio) dilakukan dengan cara membagi total hutang jangka panjang dengan

total asset. Semakin tinggi debt ratio, semakin besar jumlah modal pinjaman yang digunakan di dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Modal sendiri adalah dana jangka panjang perusahaan yang disediakan oleh pemilik perusahaan (pemegang saham), yang terdiri dari berbagai jenis saham (saham preferen dan saham biasa).

Penentuan struktur modal bagi suatu perusahaan merupakan salah satu bentuk keputusan keuangan yang penting, karena keputusan ini dapat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan manajemen keuangan perusahaan. Tujuan pokok manajemen struktur modal adalah menciptakan suatu bauran atau kombinasi sumber pembelanjaan permanen sedemikian rupa, sehingga mampu memaksimalkan harga saham perusahaan, meminimumkan biaya modal dan akhirnya memaksimalkan nilai perusahaan.

Manajer keuangan akan melakukan berbagai keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan, diantaranya adalah keputusan investasi dan keputusan pendanaan. Setelah melakukan keputusan investasi manajer keuangan akan berpikir bahwa keputusan investasi tersebut akan dibiayai/didanaikan dari modal apa, apakah seluruhnya dengan hutang atau dengan modal sendiri atau malah kombinasinya, sehingga diperlukan teori struktur modal untuk menetapkan keputusan yang tepat.

4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Riyanto, 2008). Profitabilitas

juga merupakan suatu indikator kinerja seorang manajemen dalam mengelola kekayaan suatu perusahaan berupa laba yang dihasilkan. Variabel profitabilitas ini diukur dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari dana yang diinvestasikan pemegang saham *Return On Equity (ROE)*.

Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasi. Jika kondisi perusahaan dikategorikan menguntungkan atau menjanjikan keuntungan dimasa mendatang maka banyak investor yang akan menanamkan dananya untuk membeli saham perusahaan tersebut. Hal itu tentu saja akan mendorong harga saham naik menjadi lebih tinggi. Profitabilitas bertujuan untuk mengukur efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan atas hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal (Sugiyono, 2009).

Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Profitabilitas merupakan aspek fundamental perusahaan, Karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap

efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan.

Rasio profitabilitas dikenal sebagai rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun (Brigham dan Huston, 2001) . Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada diperusahaan tersebut. Jumlah asset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dilihat dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah. Ukuran perusahaan

mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

6. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang dan pertumbuhan yang datang (Sulistiyowati, 2010). *Growth* adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya. *Growth* merupakan perubahan total aset baik berupa peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh perusahaan selama satu periode (satu tahun).

Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aset perusahaan yang akan memengaruhi profitabilitas perusahaan yang menyakini bahwa persentase perubahan total aset merupakan indikator yang lebih baik dalam

mengukur *growth* perusahaan. Ukuran yang digunakan adalah dengan menghitung proporsi kenaikan atau penurunan aset. Pada penelitian ini, pertumbuhan perusahaan diukur dari proporsi perubahan aset, untuk membandingkan kenaikan atau penurunan atas totalaset yang dimiliki oleh perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal suatu perusahaan karena dapat memberikan suatu aspek yang positif bagi mereka. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, dan mereka mengharapkan *rate of return* (tingkat pengembalian) dari investasi mereka memberikan hasil yang lebih baik.

B. Penelitian terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama peneliti	Variabel	Hasil
1	Manoppo dan Arie (2016)	Independen : Struktur modal , ukuran perusahaan dan profitabilitas Dependen : Nilai perusahaan	Struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2	Dhani dan Utama (2017)	Independen : Pertumbuhan perusahaan, Struktur modal dan profitabilitas Dependen: Nilai perusahaan	Pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan . Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3	Lubis, <i>et al</i> (2017)	Pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan Likuiditas terhadap nilai perusahaan	Profitabilitas, struktur modal dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4	Lumoly <i>et al.</i> (2018)	Pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan	Likuiditas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu
(Lanjutan)

No	Nama peneliti	Variabel	Hasil
		dan profitabilitas terhadap nilai Perusahaan (studi pada perusahaan logam dan sejenisnya yang terdaftar di bursa efek indonesia)	signifikan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Susanti (2016)	Analisis pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan kebijakan dividen nilai perusahaan	Pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
6	Mustofa <i>et al.</i> (2016)	Pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan	Pada penelitian mengemukakan bahwa variable struktur modal, profitabilitas dan ukuran
7	Mayoriza dan Majidah (2018)	Pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan kebijakan dividen terhadap Nilai perusahaan	Pada variable struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.
8	Gede dan Artini (2019)	Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran Perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai Perusahaan	Pada profitabilitas dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, struktur modal dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
9	Putri (2017)	Pengaruh Profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai	Pada variabel profitabilitas dan keputusan investasi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu
(Lanjutan)

No	Nama Peneliti	Variabel	Hasil
		signifikan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan Indonesia	
10	Novari dan Lestari (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate	Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
11	Alvianto (2018)	Pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	Struktur modal dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
12	Suryandani (2018)	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate	Pertumbuhan perusahaan dan keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
13	Heningts (2017)	Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	Struktur modal dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dan kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu
(Lanjutan)

No	Nama Peneliti	Variabel	Hasil
14	Pantow <i>et al.</i> (2015)	Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, <i>Return On Asset</i> , Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Pertumbuhan perusahaan , struktur modal, return on asset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan . ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
15	Suwardika dan Mustanda (2017)	Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan	leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Sumber: penelitian sebelumnya

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal adalah pembelanjaan yang mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri (Bukit, 2012). Struktur modal yang optimal bagi suatu perusahaan diartikan sebagai suatu struktur yang akan memaksimalkan harga saham perusahaan tersebut (Fahmi, 2016). Jika utang sesungguhnya berada dibawah target, maka pinjaman perlu ditambah. Jika rasio utang melampaui target, maka saham akan dijual. Kebijakan struktur modal merupakan trade off antara risk dan return. Apabila utang meningkat maka risk meningkat sehingga return pun akan meningkat. Apabila risk

meningkat maka harga saham akan turun, dan apabila return meningkat maka saham akan naik.

Sejalan dengan teori sinyal perusahaan akan berusaha menyapaikan hal baik kepada publik untuk mendapatkan respon yang baik pula. Dalam membangun teori sinyal berdasarkan adanya informasi assimetris antara informasi dari perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana investor mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih sedikit dan lebih lambat dibandingkan dengan pihak manajemen. Dalam teori signal menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi yang lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Berdasarkan konsep *cost of capital*, maka perusahaan berusaha memperoleh struktur modal yang dapat meminimumkan cost capital. Keputusan menerbitkan hutang menandakan manajemen memiliki komitmen memperbaiki kinerja perusahaan sesuai kontrak dengan pemberi hutang. Hutang menghadirkan pengawasan tambahan dari pemberi hutang agar manajemen meningkatkan kepentingan perusahaan sehingga menghindari investasi sia-sia. Ketika manajemen menerbitkan utang baru ditangkap investor sebagai signal prospek perusahaan dimasa akan datang. Dasar pemikirannya adalah manajemen hanya akan menerbitkan utang baru bila merasa yakin perusahaan dapat memenuhi

kewajibannya. Namun jika manajemen tidak memikirkan jangka panjang dengan menerbitkan hutang terlalu besar dan tidak wajar dan apabila tingkat utang perusahaan sudah melebihi batasnya maka nilai perusahaan akan menjadi turun karena banyak beban bunga yang harus dibayarkan perusahaan kepada kreditur dan akan menurunkan minat investor berinvestasi dan menurunkan nilai perusahaan dan ini juga dapat berdampak pada kebangkrutan yang terjadi oleh perusahaan juga berdampak negatif bagi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Susanti (2016) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, hasil tersebut didukung oleh penelitian Dhani dan Utama (2017) dan Gede dan Artini (2019) bahwa struktur modal berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.berbeda pendapat pada penelitian yang dilakukan Manoppo dan Arie (2016) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa ditunjukkan oleh penelitian Lubis *et al.* (2017) yang juga menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1. struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan efisiensi secara operasional maupun penggunaan harta (Bukit,

2012). Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat juga digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas dalam suatu perusahaan (Wiagustini, 2010). Profitabilitas merupakan indikator untuk menilai sebuah perusahaan. Indikator ini juga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan dapat membantu dalam menentukan efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki.

Sejalan dengan teori sinyal perusahaan akan berusaha menyapaikan hal baik kepada publik untuk mendapatkan respon yang baik pula. Dalam membangun teori sinyal berdasarkan adanya informasi assimetris antara informasi dari perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana investor mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih sedikit dan lebih lambat dibandingkan dengan pihak manajemen. Profitabilitas merupakan fokus utama penilaian kinerja finansial perusahaan dan memberikan gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Semakin besar profit yang diperoleh akan semakin besar kemampuan perusahaan membayarkan dividen. Semakin besar dividen yang dibagi akan semakin tinggi nilai perusahaan. Dasar pemikirannya adalah profit tinggi memberikan signal adanya prospek perusahaan dimasa depan sehingga memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham dan kepercayaan investor.

Hasil penelitian oleh Manoppo dan Arie (2016) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dhani dan Utama (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, penelitian dari Susanti (2016) memperoleh hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Putri (2017) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROE memperoleh hasil profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan (Ferry dan Jones, 1979). Sebuah ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai penilaian seberapa besar atau kecil perusahaan yang akan diwakili oleh aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan total aset rata-rata. Dengan demikian, ukuran perusahaan adalah ukuran atau jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham

perusahaan tersebut. Kondisi ini yang menyebabkan naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Sehingga investor memiliki ekspektasi yang positif terhadap perusahaan besar

Sejalan dengan teori sinyal perusahaan akan berusaha menyapaikan hal baik kepada publik untuk mendapatkan respon yang baik pula. Dalam membangun teori sinyal berdasarkan adanya informasi assimetris antara informasi dari perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana investor mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih sedikit dan lebih lambat dibandingkan dengan pihak manajemen. semakin besar ukuran perusahaan dapat memberikan sinyal yang positif terhadap nilai perusahaan karena investor memandang perusahaan dari segi asset yang di miliki perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagi sumber, sehingga untuk memperoleh pinjaman dari kredit akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki profitabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri. Perusahaan dengan jumlah aktiva yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki arus kas positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam kurun waktu yang relatif lama (Moch, 2014). Ukuran perusahaan akan mempengaruhi sebuah perusahaan dalam memperoleh dana dari luar perusahaan. Hal tersebut dapat

meningkatkan minat investor sehingga menyebabkan naiknya harga saham perusahaan di pasar modal (Novari dan Lestari, 2016).

Mustofa *et al.* (2017) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Novari dan Lestari (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Martini *et al.* (2014), Rizqia *et al.* (2013), dan Siahaan (2011) yang menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian dari Gede dan Artini (2019) serta Lumoly *et al.* (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Pantow *et al.* (2015) juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3. ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan

Perusahaan berkembang adalah perusahaan yang mengalami peningkatan pertumbuhan dalam perkembangan usahanya dari tahun ke tahun (Susanti, 2016). Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan cepat lebih mengandalkan sumber dana dari luar perusahaan. Perusahaan yang sedang tumbuh pesat dengan peluang investasi yang baik cenderung lebih banyak mengandalkan hutang karena biaya penjualan

saham biasa lebih besar daripada biaya penerbitan surat hutang. Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size*-nya yang dapat diproksi dengan adanya peningkatan aktiva, ekuitas, laba dan penjualan. Pertumbuhan dapat diukur dengan pertumbuhan asset. Pertumbuhan aktiva didefinisikan sebagai perubahan (tingkat pertumbuhan) tahunan dari total aktiva. Tingkat pertumbuhan asset menunjukkan seberapa besar perusahaan mampu membiayai kegiatan operasional usahanya.

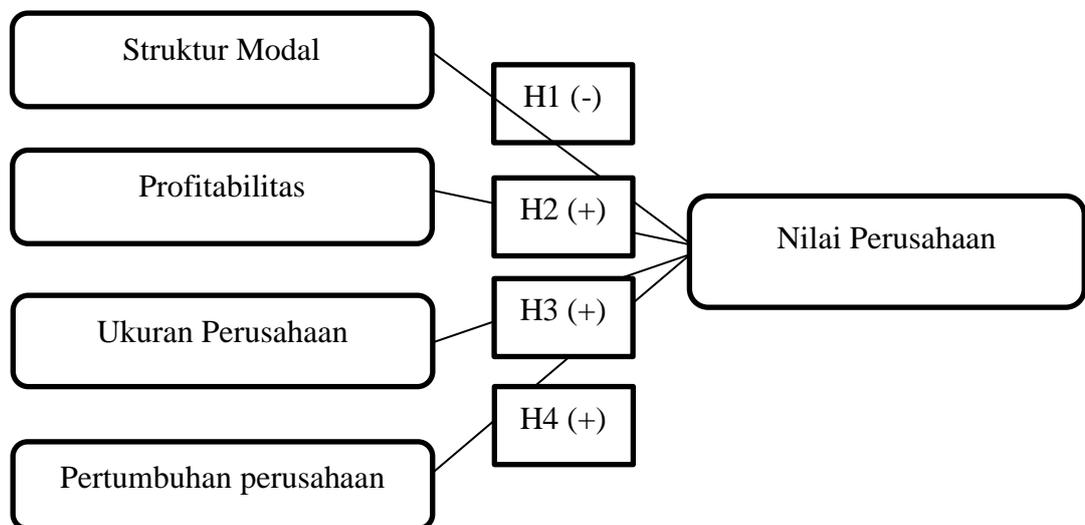
Sejalan dengan teori sinyal perusahaan akan berusaha menyapaikan hal baik kepada publik untuk mendapatkan respon yang baik pula. Dalam membangun teori sinyal berdasarkan adanya informasi assimetris antara informasi dari perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana investor mengetahui informasi internal perusahaan yang relatif lebih sedikit dan lebih lambat dibandingkan dengan pihak manajemen. Pertumbuhan perusahaan merupakan fokus utama penilaian kinerja finansial perusahaan dan memberikan gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Dengan perusahaan mengandalkan pertumbuhan perusahaan yang baik pastinya perusahaan juga memerlukan sumber dana dari luar terutama investor. Dengan data pertumbuhan perusahaan yang baik maka akan menarik minat investor menanamkan sahamnya diperusahaan akan lebih besar pula.

Penelitian Dhani dan Utama (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil serupa ditunjukkan oleh penelitian Suryandani (2018) yang juga menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Alvianto (2018) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, hasil tersebut didukung oleh penelitian Hidayah (2015) dan Heningtyas (2017) bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis penelitian :

H₄ : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusaha

D. Modal penelitian.



Gambar 2 1
Model pengembangan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data documenter, yaitu laporan tahunan selama tahun 2014-2018 dari perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu berupa laporan tahunan tahun 2014-2018, karena pada tahun tersebut merupakan data terdekat dengan masa saat ini.

B. Populasi dan sampel

Perusahaan manufaktur semua sektor yang diteliti yaitu yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018 dengan menggunakan data laporan keuangan dan data lainya yang relevan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil dari www.idx.co.id dan dari situs masing-masing perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terpilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* teknik *purposive sampling* dilakukan dengan kriteria:

1. Perusahaan manufaktur sector makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan berturut-turut tahun 2014-2018.
2. Perusahaan manufaktur sector makanan dan minuman yang menyampaikan kapitalisasi pasar.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode 2014 hingga tahun 2018.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variable	Operasional	Indikator	Skala
Variable Dependen			
Nilai perusahaan (NP)	Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) bila perusahaan tersebut dijual (Sudana, 2011).	$PBV = \text{Harga pasar per lembar saham} / \text{Nilai buku per lembar saham}$ (Brigham dan Huston, 2001).	Rasio
Variabel Independen			
Struktur modal (SM)	Struktur modal adalah pembelanjaan yang mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri (Bukit, 2012).	$DER = (\text{Hutang lancar} + \text{Hutang jangka panjang}) / \text{Total ekuitas}$ (Manoppo dan Arie, 2016).	Rasio
Profitabilitas (PROF)	Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu (Suffah dan Riduwan, 2016).	$ROE = \text{Laba setelah pajak} / \text{Total ekuitas}$ (Manoppo dan Arie, 2016).	Rasio
Ukuran perusahaan (UP)	Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan. Variabel ini diukur dengan menghitung logaritma natural total asset (Sartono, 2001).	$SIZE = \log \text{ of total asset}$ (Manoppo dan Arie, 2016).	Rasio
Pertumbuhan perusahaan	Pertumbuhan perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan <i>size</i> -nya (Sartono, 2001).	$\text{Pertumbuhan perusahaan} = (\text{TA tahun ini} - \text{TA tahun lalu}) / \text{TA tahun lalu}$. (Dhani dan Utama, 2017).	Rasio

D. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari jumlah data, range, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi, variance, *skewness* (kemiringan distribusi), kurtosis dari sampel penelitian (Ghozali, 2018). Penyajian statistik deskriptif bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan yaitu, struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov* (K-S) untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal, sedangkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2018b).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Nilai R² yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan memengaruhi variabel dependen.
2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90) maka ada indikasi multikolinearitas.
3. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 , dan tingkat kolerasi antar variabel diatas 95%

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah autokorelasi. Autokorelasi terjadi apabila penyimpangan pada periode t-1 (sebelumnya) atau terjadi korelasi diantara kelompok observasi yang diurutkan menurut waktu (pada data *time series*). Uji autokorelasi dapat menggunakan uji *Durbin-Watson* (Ghozali, 2018). Pengambilan keputusan dibuat melalui table autokorelasi sebagai berikut:

1. Jika $d < dl$, berarti terdapat autokorelasi positif
2. Jika $d > (4-dl)$, berarti terdapat autokorelasi negatif
3. Jika $du < d < (4-dl)$, berarti tidak terdapat autokorelasi
4. Jika $dl < d < du$ atau $(4-du)$, berarti tidak dapat diambil kesimpulan.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*. Dasar pengambilan keputusan uji *Glejser* yaitu:

1. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai thitung $<$ ttabel dan nilai signifikansi $\alpha > 0,05$.
2. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai thitung $>$ ttabel dan nilai signifikansi $\alpha < 0,05$.

3. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda adalah suatu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara suatu variable dependen dan beberapa variabel independen

$$NP = a + b_1SM1 + b_2P2 + b_3PP3 + b_4UP4 + e$$

Keterangan:

NP : Variabel dependen (Nilai perusahaan)

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

SM1 : Variabel Independen (Struktur modal)

P2 : Variabel independen (Profitabilitas)

UK4 : Variabel independen (Ukuran Perusahaan)

PP3 : Variabel independen (Pertumbuhan Perusahaan)

e : Standar eror

4. Pengujian Hipotesis

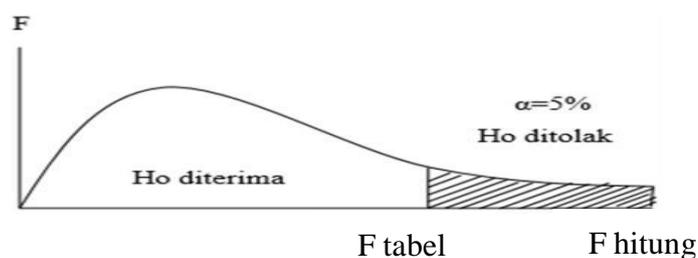
a. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat (Ghozali, 2018). Uji R² menunjukkan potensi pengaruh semua variable independen yaitu struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap variable dependen yaitu Nilai perusahaan. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 sampai dengan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas dan sebaliknya, apabila nilai R² mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2018).

b. Uji F (Goodness of Fit Test)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual (*goodness of fit*). Uji F menguji apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara baik atau untuk menguji apakah model yang digunakan telah *fit* atau tidak (Ghozali, 2018). Ketentuan menilai hasil hipotesis uji F adalah berupa level signifikansi 5% dengan derajat kebebasan pembilang $df = k$ dan derajat kebebasan penyebut ($df = n - k - 1$) dimana k adalah jumlah variabel bebas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan kriteria:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $P\ value < \alpha = 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian bagus (*fit*).
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $P\ value > \alpha = 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian tidak bagus (tidak *fit*).



Gambar 3.1
Uji F

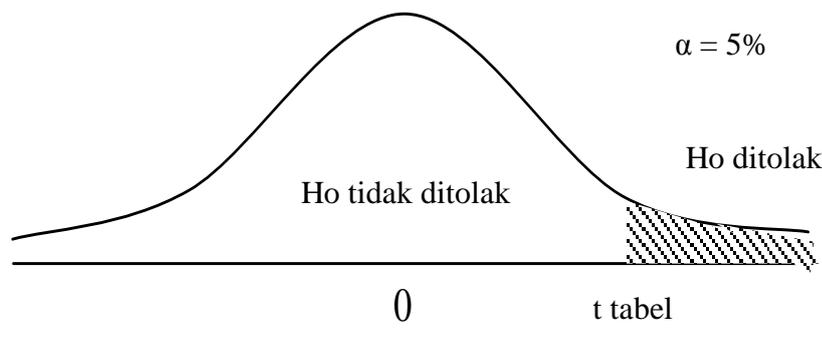
c. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji t adalah digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n-1$ (Ghozali, 2018).

a) Hipotesis Positif

- (1) H_0 ditolak jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, atau $p \text{ value} < \alpha = 0,05$, artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- (2) H_0 diterima jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, atau $p \text{ value} > \alpha = 0,05$, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

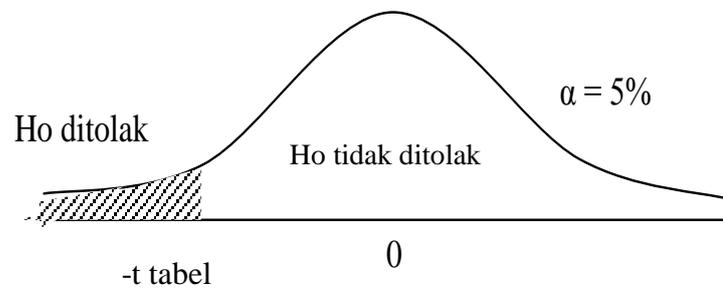


Gambar 3.2
Penerimaan Hipotesis Positif

b) Hipotesis Negatif

(1) H_0 ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $p \text{ value} < \alpha = 0,05$, artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

(2) H_0 diterima jika $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$ atau $p \text{ value} > \alpha = 0,05$, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.



Gambar 3.3
Penerimaan Hipotesis Negatif

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh struktur modal profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode tahun 2014-2019. Sample diperoleh dengan purposive sampling dengan jumlah sample sebanyak 50 observasi. Berdasarkan dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis struktur modal diterima itu artinya struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, jika manajemen tidak memikirkan jangka panjang dengan menerbitkan hutang terlalu besar dan tidak wajar dan apabila tingkat utang perusahaan sudah melebihi batasnya maka nilai perusahaan akan menjadi turun karena banyak beban bunga yang harus dibayarkan perusahaan kepada kreditur dan akan menurunkan minat investor berinvestasi dan menurunkan nilai perusahaan. Selanjutnya hipotesis profitabilitas diterima yang artinya semakin banyak atau tinggi profit perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan dan akan menarik para investor untuk menanamkan saham diperusahaan tersebut.

Hipotesis ukuran perusahaan tidak diterima, yang artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak utang yang diperlukan oleh

perusahaan untuk mendanai kegiatan operasionalnya, penggunaan utang yang dimiliki perusahaan tidak efisien dilakukan karena biaya bunga lebih besar daripada profitabilitas yang diperoleh perusahaan. Hipotesis pertumbuhan perusahaan tidak diterima itu artinya pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang tinggi menyebabkan dana yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut juga tinggi. Dana yang dikeluarkan oleh perusahaan pun bisa juga diperoleh dari utang. Semakin tinggi dana yang dikeluarkan oleh perusahaan semakin sedikit juga dana atau dividen yang dapat dibagi ke pemegang sahamnya

B. Keterbatasan Penelitian

1. Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian hanya mendasar pada perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman saja, sehingga kurang mewakili seluruh emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Karena keterbatasan tersebut, maka penelitian ini hanya terdapat 10 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian.
2. Penelitian ini menggunakan data periode yang relatif pendek, yaitu tahun 2014-2018, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan pada data serupa yang diterbitkan pada periode yang lain.
3. Terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yang tidak tercakup dalam penelitian, sehingga hanya satu variabel saja yang menunjukkan hasil yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Jurnal acuan kurang *up to date*.

C. Saran

1. Penelitian selanjutnya menggunakan objek penelitian yang lebih luas, tidak hanya pada perusahaan manufaktur disektor makanan dan minuman saja, tetapi bisa mengambil perusahaan sektor lain perbankan, jasa keuangan, sehingga memungkinkan hasilnya lebih baik dari penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya menambah tahun atau memperpanjang tahun penelitian dan perlu direplikasi dengan data dan periode berbeda, sehingga dapat diperoleh informasi yang dapat mendukung atau dapat memperbaiki hasil penelitian.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain kecuali dari aspek ukuran perusahaan seperti kebijakan deviden, leverage dan keputusan investasi.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan jurnal acuan yang terbaru dan lebih *up to date* agar data yang dihasilkan lebih akurat dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianto, A. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi*.
- Brigham, E. F., & Huston, J. F. (2001). *Manajemen Keuangan* (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Bukit, R. B. (2012). Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas : Analisis Data Panel Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis, Vol. 4 No.*, 205–218.
- Darmadji, T. dan F. M. . (2006). *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab* (Salemba Em). Jakarta.
- Dhani, I. P., & Utama, A. . G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148.
- Fahmi, I. (2016). *Manajemen Sumber Daya manusia*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Ferry, M.G., dan Jones, W. . (1979). Determinants of financial structure: A new methodological approach. *Journal of Finance*, 1, XXXXIV.
- Gede, L., & Artini, S. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. 8(2), 7717–7745.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heningtyas, O. S. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). *Akuntansi*.
- Hestinoviana, Vidyanita, Suhadak, & Handayani, S. R. (2013). The Influence Of Profitability, Solvability, Asset Growth, And Sales Growth Toward Firm Value (Empirical Study on Mining Companies Which Listed on Indonesia Stock Exchange). *Adminstrasi Bisnis*, 4(1).
- Hidayah, N. (2015). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan

Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar Di Bei. *Akuntansi*.

- Husnan, S. (2013). *Manajemen Keuangan Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFEE.
- Irayanti, D., & Tumbel, altje L. (2014). No Title. *Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan*, 2, 3
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Sruktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 458–465.
- Lumoly, S., Murni, S., & Untu, V. N. (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA*, 6(3), 1108–1117.
- Manoppo, H., & Arie, F. V. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal EMBA*, 4(2), 485–497.
- Martini, N. N. G. P., Moeljadi, & Djumahir. (2014). Factors Affecting Firms Value of Indonesia Public Manufacturing Firm. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(2), 35–44.
- Mayoriza, S., & Majidah, D. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Proceeding of Management*, 5(4).
- Meidiawati, Karina, & Titik Mildawati. (2016). Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas Struktur Modal dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1–15.
- Moch, M. dan A. H. D. (2014). Pengaruh Tangibility, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Non Debt Tax Shields, Cash Holding dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI tahun 2010- 2012). *Jurnal Malang: Universitas Brawijaya Malang*.
- Mustofa, A., Malavia, M. R., & Wahono, B. (2017). Pengaruh STruktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 53–66.
- Mustofa, A., Malavia, R., & Wahono, B. (2016). *Pengaruh Struktur Modal, Pofitabilitas dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. 46–58.

- Novari, P. M., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(9), 5671–5694.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 5(2).
- Pantow, M. S., & Al, E. (2015). Analisa Pertumbuhan Pernjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *EMBA, Edisi Maret 2015*, 3(1), 961–971.
- Prasetia, T. E., Tommy, P., & Saerang, I. S. (2014). *Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di BEI*. 2(2), 879–889.
- Putra, A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4044–4070.
- Putri, M. T. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pulp dan Paper yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ilmu Administrasi*, 4(2), 1–12.
- Riyanto, B. (2008). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed.). Yogyakarta: Yayasan Penerbit Gajah Mada.
- Rizqia, A., Dwita, Aisjah, S., & Sumiati. (2013). Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value. *Finance and Accounting*, 4(11), 120–130.
- Ross, S. . (1997). The Determination of Financial Structure: The Incentive Signaling Approach. *The Bell Journal of Economics*, 8, 23–40.
- Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive Signalling Approach. *Journal of Economic*, 35-55
- Sadalia, I. (2010). *Manajemen Keuangan*. Medan.
- Sartono, A. (2001). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. In *BPEF-YOGYAKARTA*. Yogyakarta.
- Siahaan, F. O. (2011). Pengaruh Kebijakan Hutang dan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Universitas Airlangga, Surabaya*.
- Sintyana, I. P. H., & Artini, L. G. S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur

Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(2), 7717–7745.

- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. In Erlangga. Jakarta.
- Suffah, R., & Riduwan, A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(2).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharli, Mi. (2006). Studi Empiris Terhadap Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Go Public di Indonesia. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 6, 1.
- Sulistiyowati, I. dkk. (2010). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Growth Terhadap Kebijakan Dividen dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi 13 Purwokerto*, 1–23.
- Suryandani, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate. *Business Management Analysis*, 1(1), 49–59.
- Susanti, N. L. (2016). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Studi Pada Emiten Sektor Manufaktur Di BEI*. 7(2), 43–53.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Warsono. (2003). *Manajemen Keuangan Perusahaan* (Ketiga; Bayumedia, ed.). Malang.
- Wiagustini, N. luh P. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Denpasar: Udayana University Press.
- Wijaya, B. I., & Sedana, P. (2015). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Deviden Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi)*. 4(12), 4477–4500.

www.idx.ac.id di akses November 2019

www.bps.go.id diakses September 2019